

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUZUKI NEX DI SURABAYA SELATAN

SILVIA WIDYASTUTI KURNIAWATI
NINDRIA UNTARINI
MANAJEMEN, EKONOMI, UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA
Kampus Ketintang Surabaya 60231
E-mail: Silvia.widi@ymail.com

Abstract: *In new century like this transportation have become important thing for humans life. One kind of transportation which important and easy is motorcycle. According to AISI, Motorcycle selling has been dominated Matic scooter market. In the 2010 till 2011 all of motorcycle industries have been increased of selling but its not happen in Suzuki motorcycle Industry. However Suzuki has low price for Matic scooter, but it can be increasing suzuki's selling because of the quality product of Suzuki is not too interesting as of impact to consumers purchase decision. To influence consumers for purchase decision, The company must produce higher quality of product, in order to satisfied konsumen, then Suzuki produce Suzuki Nex. This research purpose to discuss influence of quality product to purchase decision Suzuki Nex in South Surabaya. Data were analyzed by multiple linier regression. The result showed that the quality productgive contribution of influenced on purchase decision.*

Keywords: *product quality and purchase decision.*

PENDAHULUAN

Pada zaman modern seperti saat ini sarana transportasi telah menjadi bagian penting untuk memenuhi kebutuhan dalam kehidupan manusia. Salah satu alat transportasi yang penting dan mudah adalah sepeda motor. Dapat diperhatikan pada saat ini banyaknya jenis kendaraan roda dua yang berada di jalanan kota. Kebutuhan pasar setiap tahunnya meningkat pada sektor ini, sebab sepeda motor sudah menjadi komoditas yang dibutuhkan. Hal tersebut dapat dilihat dari penjualan sepeda motor selama periode tahun 2010 dan 2011.

Tabel 1.1
Data Penjualan Sepeda Motor 2010 dan 2011

Merek	Tahun 2010	Tahun 2011
Honda	3.418.632 unit	3.994.127 unit
Yamaha	3.345.680 unit	3.478.070 unit
Suzuki	526.003 unit	454.202 unit
Kawasaki	87.004 unit	94.672 unit
TVS	19.435 unit	22.651 unit
Total	7.396.745 unit	8.042.722 unit

Sumber: berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) 2011.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa penjualan untuk semua jenis sepeda motor kurun waktu dua tahun yaitu pada tahun 2010 sampai tahun 2011 mengalami kenaikan. Tetapi hal ini tidak terjadi pada penjualan sepeda motor merek Suzuki. Hal ini tentu menjadi permasalahan bagi perusahaan karena keputusan pembelian konsumen

terhadap sepeda motor sangat penting agar bisa tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin tinggi.

Oleh karena itu rangsangan dari perusahaan sangat diperlukan karena merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian sepeda motor. Setiap perusahaan harus merancang strategi yang tepat guna memenangkan keputusan pembelian tersebut. Keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk sangat penting karena dengan melakukan pembelian, maka evaluasi paska pembelian terjadi (Kotler, 2007: 201). Indikator keputusan pembelian menurut Kotler (2007: 201) yaitu pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan *dealer*, penetapan waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran.

Sebelum konsumen menentukan produk mana yang akan dibeli terlebih dahulu biasanya mereka akan membandingkan produk yang satu dengan produk lain yang sejenis. Konsumen membandingkannya melalui keunggulan masing-masing produk yang terdapat pada kualitas produk tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 272) Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli suatu produk. Pengukuran kualitas produk menurut Tjiptono (2003: 25) meliputi: kinerja (*performance*), keistimewaan tambahan (*features*), keandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), daya tahan (*durability*), estetika (*asthetic*).

Menurut Data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menunjukkan pertumbuhan skutik dari waktu ke waktu. Pada tahun 2007 skutik menguasai 18,4% *market share* penjualan sepeda motor di Indonesia.

Pada 2008 meningkat hingga 26% dan tahun 2009 meningkat hingga 37,72% dan ditahun 2010 skutik telah mengambil *market share* sepeda motor di Indonesia sebanyak 45,64% (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia: 2011).

Selama ini perusahaan sepeda motor Suzuki khususnya skuter *matic* dikenal dengan harga yang lebih rendah, tetapi hal ini tidak dapat mendongkrak penjualan skuter *matic* Suzuki dikarenakan kualitas produk yang dimiliki pada skuter *matic* tersebut (*skywave* dan *spin*) tidak memiliki kualitas produk yang menarik, sehingga Suzuki mengeluarkan produk terbaru pada skuter *matic* yaitu Suzuki Nex 110 cc.

Suzuki mencoba membuat inovasi produk dengan konsep teknologi mesin '*Leap TECH*' atau *Light, Efficient and Powerfull*, yang merupakan konsep yang digunakan untuk mendesain mesin dan *body* Nex secara keseluruhan, yang membuat mesin dari Suzuki Nex menjadi lebih tangguh. Kualitas produk Suzuki menggunakan sebuah teknologi CAE (*Computer Aided Engineering*) yang merupakan sebuah alat bantu *computer* canggih untuk menguji desain produk, produksi, dan proses desainnya sehingga desain dari produk Suzuki Nex lebih baik. Lokasi pengambilan data dilakukan di wilayah Surabaya Selatan. Lokasi tersebut dipilih karena berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti pada salah satu distributor Suzuki di Surabaya yaitu PT. INDOJAKARTA MOTOR GEMILANG, diperoleh informasi bahwa wilayah di Surabaya yang memiliki penjualan terbesar adalah wilayah Surabaya Selatan.

Dari latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut (1) apakah kualitas produk (*performance*, fitur, keandalan,

kesesuaian dengan spesifikasi, dan estetika) berpengaruh atas keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan secara simultan (2) apakah kualitas produk (*performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, dan estetika) berpengaruh atas keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan secara parsial.

Dari latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah (1) untuk menganalisis dan membahas pengaruh antara kualitas produk (*performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, dan estetika) secara simultan terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan (2) untuk menganalisis dan membahas pengaruh antara kualitas produk (*performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, dan estetika) secara parsial terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2009: 233-237) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Menurut Davis dalam Yamit (2004: 8) kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk dalam penelitian ini adalah *performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi dan

estetika. Hal ini disesuaikan dengan obyek penelitian yaitu Suzuki Nex.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2007: 201), keputusan pembelian adalah cara individu, kelompok, organisasi memilih, membeli, memakai dan memanfaatkan barang, jasa, gagasan, pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat. Dalam mengukur variabel keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2008: 129) yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Indikator keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penentuan waktu pembelian dan pilihan *dealer*.

Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian

Menurut Shahrudin *et al* (2011) menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk sepeda motor dipengaruhi oleh kualitas produk. Menurut Rosiana (2010) menyatakan bahwa keputusan pembelian seorang konsumen dalam membeli kendaraan bermotor dipengaruhi oleh kualitas produk.

Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menggunakan dua hipotesis, yaitu :

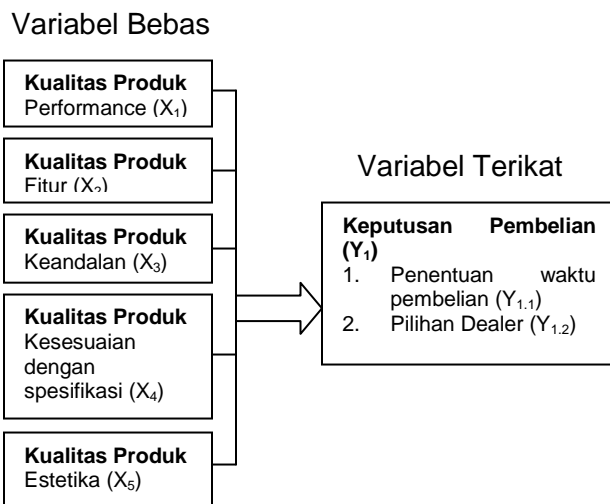
H1: Ada pengaruh antara kualitas produk (*performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi dan estetika) secara simultan terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan.

H2: Ada pengaruh antara kualitas produk (*performance*, fitur, keandalan,

kesesuaian dengan spesifikasi dan estetika) secara parsial terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan.

METODE

Desain penelitian dibuat untuk menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan adalah:



Gambar 1 Rancangan Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel *independent*: kualitas produk dan variabel *dependent*: keputusan pembelian.

Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diimplikasikan. Indikator kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah *performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, dan estetika. (1) persepsi konsumen tentang *performance* Suzuki Nex berdasarkan item: Nex irit, mudah digunakan, nyaman, terbukti kecepatannya, tarikannya ringan, Suara mesin Nex halus (2) persepsi konsumen tentang fitur Suzuki Nex

berdasarkan item: Nex dilengkapi fitur lampu depan dan belakang yang dapat menyala otomatis, irit pemakaian oli, bagasinya luas, dan angka *speedometer* besar (3) persepsi konsumen tentang keandalan Suzuki Nex berdasarkan item: mesin Nex aman pada saat banjir, tarikan gas ringan digunakan pada jalan menanjak, roda pada Nex tetap stabil digunakan pada jalanan licin (4) persepsi konsumen tentang kesesuaian dengan spesifikasi Suzuki Nex berdasarkan item: sok belakang Nex mampu bekerja secara maksimal, rem cakram, perawatannya mudah, dan besar roda seimbang dengan berat motor (5) persepsi konsumen tentang estetika Suzuki Nex berdasarkan item: *body* Nex ramping dan ringan, desain *striping* yang *stylish*, desain lampu Nex *sporty*, Nex menggunakan *velg sport*, permainan kombinasi warna Nex cocok dipakai segala usia.

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk memilih, membeli dan menggunakan produk atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan. Indikator keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penentu waktu pembelian dan pilihan *dealer*. (1) persepsi konsumen tentang penentu waktu pembelian Suzuki Nex berdasarkan item: konsumen membeli Nex pada saat moment tertentu (2) persepsi konsumen tentang pilihan *dealer* Suzuki Nex berdasarkan item: konsumen memilih membeli Nex di *dealer* yang dekat dengan rumah, yang menjalin banyak kerja sama dengan banyak *leasing*, yang memiliki kecepatan dalam layanan, dan yang sering mengadakan banyak promosi.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah *infinite* artinya jumlah populasi tidak diketahui, populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah

responden yang memiliki Suzuki Nex dan ikut terlibat dalam proses keputusan pembelian.

Ukuran *sample* regional untuk jenis individu ataupun rumah tangga berjumlah 100 orang. Dengan penambahan *sample* sebesar 10%, oleh karena itu penelitian ini menggunakan *sample* sebesar 110 orang (Sugiyono, 2009:122)

Teknik pengambilan *sample* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *incidental sampling*. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode *nonprobability sampling*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga macam yaitu dengan cara membaca, memahami, mempelajari buku *literature*, jurnal, dan artikel yang terkait dengan kualitas produk dan artikel tentang Suzuki Nex. Sedangkan observasi dilakukan untuk mencari informasi tentang keputusan pembelian konsumen dalam membeli Suzuki Nex. Melakukan wawancara kepada calon responden sebelum memberikan angket. Wawancara digunakan untuk memilih responden yang layak untuk mengisi angket. Menyebarkan angket kepada responden di Surabaya Selatan yang memiliki Suzuki Nex dan ikut terlibat dalam proses keputusan pembelian Suzuki Nex dengan jumlah 110 responden. Angket tersebut berisi tentang karakteristik responden dan pernyataan yang berhubungan dengan kualitas produk serta keputusan pembelian.

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

HASIL

Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah responden yang memiliki Suzuki Nex dan ikut terlibat dalam proses keputusan pembelian dengan jumlah sebanyak 110 responden. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan demografis dilihat umur, jenis kelamin dan pekerjaan, karakteristik terkait pembelian dilihat dari *moment* pada saat membeli.

Tabel 2 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden		Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki – Laki	79	71,8
	Perempuan	31	28,2
Usia	17 - 20	27	24,5
	21-24	35	31,8
	> 24	48	43,6
Pekerjaan	Mahasiswa / Pelajar	29	26,4
	Pekerja	77	70,0
	Lainnya	4	3,6
Moment Pembelian	Launching Produk	26	23,6
	Promosi Produk	52	47,3
	Kebutuhan Sepeda motor	akan 32	29,1

Sumber: Data primer diolah penulis

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa dari 110 responden, yang paling banyak memakai Suzuki Nex di wilayah Surabaya Selatan adalah berjenis kelamin laki-laki sebanyak 79 orang (71,8%), berusia >24 tahun, berprofesi sebagai pekerja dan membeli di saat *moment* promosi. Hal ini dikarenakan laki – laki dalam membeli suatu produk sepeda motor cenderung memperhatikan kualitas produk dari sepeda motor tersebut, dan untuk mendukung mobilitas mereka, mereka membutuhkan sepeda motor.

Analisis Model dan Pengujian Hipotesis

Model yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Model yang baik harus memenuhi asumsi normalitas dan terbebas dari asumsi klasik. Adapun hasil pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini adalah uji normalitas pada analisis grafik berdistribusi normal, sedangkan pada analisis *statistic* nilai signifikansi uji kolmogorov smirnov lebih besar dari 0,05 yaitu 0,388 sehingga data dapat diolah menggunakan regresi linear berganda.

Pada uji multikolinieritas nilai *tolerance* kelima variabel bebas lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF dari kelima variabel kurang dari 10 sehingga model regresi linier berganda terbebas dari masalah multikolinieritas.

Untuk uji heteroskedastisitas nilai signifikansi *t* kelima variabel bebas yang dihasilkan dari uji *non parametric* lebih besar dari 0,05 serta hasil pada scatterplot menunjukkan penyebaran titik-titik yang tidak berpola, sehingga model regresi linier berganda terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Setelah data terbebas dari asumsi-asumsi klasik, kemudian dilakukan analisis regresi linear berganda. Berikut ini adalah hasil analisis regresi linier berganda antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan:

Tabel 3 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	B	t _{hitung}	Sig. T	r _{parsial}
Konstanta	-0,71			
Performance	0,265	5,354	0,000	0,465
Fitur	0,154	3,453	0,001	0,321
Keandalan	0,227	5,965	0,000	0,505
Kesesuaian dengan Spesifikasi	0,153	3,466	0,001	0,322
Estetika	0,203	4,720	0,000	0,420
R Square	= 0,825			
Adj R square	= 0,816			
F _{hitung}	= 97,945			
Sig. F	= 0,000			

Variabel terikat : Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 3, maka dapat diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = (-0,71) + 0,265X_1 + 0,154X_2 + 0,227X_3 + 0,153X_4 + 0,203X_5$$

Dari persamaan regresi, maka dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar (-0,71) menyatakan jika responden tidak mengetahui tentang kualitas produk Suzuki Nex, maka keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan tidak akan terjadi. Nilai koefisien regresi kelima variabel menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif antara kelima variabel terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan. Maknanya, jika kualitas produk (*performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi dan estetika) sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, maka akan tercipta keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan.

Dari hasil analisis data juga dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R square*) yang dihasilkan sebesar 0,816. Hal ini berarti bahwa besarnya kontribusi kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan secara bersama-sama sebesar

81,6%. Sedangkan sisanya 18,4% dipengaruhi variabel lain di luar model yang sebenarnya turut mempengaruhi tetapi tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

Hasil Pengujian Hipotesis 1

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama (simultan), adapun hasil dari uji F adalah sebagai berikut:

Berdasarkan uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar $97,945 > F \text{ tabel} = 3,038$ dan nilai signifikansi $F = 0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian atau dapat dikatakan bahwa kualitas produk (*performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi dan estetika) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di wilayah Surabaya Selatan.

Hasil Pengujian Hipotesis 2

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (individual). Adapun hasil dari uji t adalah sebagai berikut:

Pada tabel 3, menunjukkan bahwa kualitas produk (*performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi dan estetika) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung pada kualitas produk (*performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi dan estetika) lebih besar dari pada nilai t tabel, dan nilai signifikansi variabel kualitas produk (*performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi dan estetika) $< 0,05$. Dari hasil uji t dan nilai koefisien beta pada

hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel *performance* paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk (*Performance*, Fitur, Keandalan, Kesesuaian dengan spesifikasi dan Estetika) Terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan

Hasil penelitian berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas produk (*performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi dan estetika) secara bersama-sama berpengaruh pada keputusan pembelian Suzuki Nex di wilayah Surabaya Selatan. Karena dalam membeli sebuah produk kendaraan bermotor konsumen mempertimbangkan kualitas produk, kualitas produk yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian yaitu memiliki keunggulan produk yang tidak dimiliki oleh pesaing.

Dari hasil analisis data pada tabel 4 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) yang dihasilkan sebesar 0,816. Hal ini berarti besarnya kontribusi kualitas produk (*performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi dan estetika) dalam mempengaruhi keputusan pembelian Suzuki Nex di wilayah Surabaya Selatan secara bersama-sama sebesar 81,6%. sedangkan sisanya 18,4% dipengaruhi variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini misalnya variabel daya tahan, kesan kualitas, layanan purna jual dan kemantapan.

Pengaruh Kualitas Produk (Performance, Fitur, Keandalan, Kesesuaian dengan spesifikasi dan Estetika) Terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial

Hasil penelitian berdasarkan Uji t pada variabel kualitas produk (*performance*) menghasilkan $t_{hitung} = 5,354 > t_{tabel} = 1,982$ dan nilai signifikansi $t = 0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (*performance*) berpengaruh atas keputusan pembelian Suzuki Nex di wilayah Surabaya Selatan secara parsial. Suzuki Nex merupakan sepeda motor yang mayoritas pemakainya adalah pekerja di level pemula, jadi untuk keunggulannya mereka sangat memperhatikan indikator *performance* yang ada pada Suzuki Nex. *Performance* yang ada pada Suzuki Nex adalah pemakaian bahan bakar Suzuki Nex yang irit, Suzuki Nex merupakan skuter *matic* yang mudah digunakan dan nyaman pada saat digunakan, kecepatan dan tarikan gas pada Suzuki Nex yang ringan, dan suara mesinnya yang halus. Hal ini menjadikan indikator *performance* menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian Suzuki Nex. Dalam penelitian Shaharudin *et al* (2011) juga mengatakan bahwa indikator *performance* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

Hasil penelitian berdasarkan Uji t pada variabel kualitas produk (fitur) menghasilkan $t_{hitung} = 3,453 > t_{tabel} = 1,982$ dan nilai signifikansi $t = 0,001 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (fitur) berpengaruh terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di wilayah Surabaya Selatan secara parsial. Responden pada Suzuki Nex sangat memperhatikan fitur-fitur tambahan yang ada pada Suzuki Nex, karena

Suzuki Nex merupakan produk baru jadi perusahaan melakukan inovasi-inovasi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Fitur yang ada pada Suzuki Nex adalah Suzuki Nex sudah dilengkapi fitur lampu depan dan belakang yang dapat menyala secara otomatis ketika mesin dinyalakan, Suzuki Nex juga sudah menggunakan magnet kering yang tidak terendam oli yang membuat Suzuki Nex irit dalam pemakaian oli, bagasi Suzuki Nex yang paling luas di kelasnya, dan angka yang ditampilkan pada *speedometer* Suzuki Nex cukup besar sehingga memudahkan pengguna untuk melihat apa yang ada pada *speedometer*. Hal ini menjadikan indikator fitur menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian Suzuki Nex. Dalam penelitian Shaharudin *et al* (2011) juga mengatakan bahwa indikator fitur berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

Hasil penelitian berdasarkan Uji t pada variabel kualitas produk (keandalan) menghasilkan $t_{hitung} = 5,965 > t_{tabel} = 1,982$ dan nilai signifikansi $t = 0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (keandalan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di wilayah Surabaya Selatan secara parsial. Suzuki Nex merupakan sepeda motor yang mayoritas pemakainya adalah pekerja di level pemula, jadi untuk keunggulannya mereka sangat memperhatikan indikator keandalan yang ada pada Suzuki Nex, keandalan berhubungan dengan kemungkinan suatu barang untuk menjalankan fungsinya. Keandalan yang ada pada Suzuki Nex adalah mesin Suzuki Nex aman digunakan pada saat banjir, tarikan gas pada Suzuki Nex tetap ringan meskipun digunakan pada jalanan menanjak, roda pada Suzuki Nex tetap

stabil meski digunakan pada jalanan licin. Hal ini menjadikan indikator keandalan menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian Suzuki Nex. Dalam penelitian Shahrudin *et al* (2011) juga mengatakan bahwa indikator keandalan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

Hasil penelitian berdasarkan Uji t pada variabel kualitas produk (kesesuaian dengan spesifikasi) menghasilkan $t_{hitung} = 3,466 > t_{tabel} = 1,982$ dan nilai signifikansi $t = 0,001 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (kesesuaian dengan spesifikasi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di wilayah Surabaya Selatan secara parsial. Suzuki Nex telah menetapkan dan memenuhi *standart-standart* yang ada pada *standart-standart* sepeda motor seperti Sok belakang pada Suzuki Nex terasa mampu bekerja secara maksimal terutama ketika digunakan pada jalanan bergelombang dan terjal, rem pada Suzuki Nex cakram, perawatan Suzuki Nex mudah, dan besar roda pada Suzuki nex sesuai dengan berat motor. Hal ini menjadikan indikator kesesuaian dengan spesifikasi menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian Suzuki Nex. Dalam penelitian Shahrudin *et al* (2011) juga mengatakan bahwa indikator kesesuaian dengan spesifikasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

Hasil penelitian berdasarkan Uji t pada variabel kualitas produk (estetika) menghasilkan $t_{hitung} = 4,720 > t_{tabel} = 1,982$ dan nilai signifikansi $t = 0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (estetika) berpengaruh terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di wilayah

Surabaya Selatan secara parsial. Estetika menjadi salah satu faktor penting ketika orang akan membeli sepeda motor, estetika yang dimiliki oleh Suzuki Nex yaitu *body* Suzuki Nex yang ramping dan ringan, desain *striping* Suzuki Nex yang *stylish*, Suzuki Nex memiliki lampu depan dan belakang yang *sporty*, *velg* yang digunakan Suzuki Nex merupakan *velg sport*, dan permainan kombinasi warna yang dimiliki Suzuki Nex cocok dipakai segala usia. Hal ini menjadikan indikator estetika menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian Suzuki Nex. Dalam penelitian Shahrudin *et al* (2011) juga mengatakan bahwa indikator estetika berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

Variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian Suzuki Nex adalah variabel *performance*, berdasarkan studi lapangan *performance* yang ada pada Suzuki Nex meliputi pemakaian bahan bakar Suzuki Nex yang irit, Suzuki Nex merupakan skuter *matic* yang mudah digunakan dan nyaman pada saat digunakan, kecepatan dan tarikan gas pada Suzuki Nex yang ringan, dan suara mesinnya yang halus. Hal ini menjadikan variabel *performance* menjadi variabel yang dominan dalam menentukan keputusan pembelian Suzuki Nex.

Penelitian ini dapat disesuaikan dengan teori Kotler dan Armstrong (2008: 272) Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli suatu produk. Dan penelitian yang dilakukan oleh Rosiana (2010) kualitas produk kendaraan bermotor berpengaruh terhadap keputusan pembeliannya. Penelitian ini juga membuktikan dan sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya dalam jurnal

Shaharudin *et al* (2011) yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian seorang konsumen diukur dengan menggunakan indikator *performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi dan estetika yaitu berkaitan dengan produk berkualitas. Penelitian tersebut juga menggunakan objek berupa sepeda motor. Menurut Jones (2000) dimensi kualitas produk berpengaruh penting bagi keputusan pembelian, hal ini juga didukung Kurniawan (2012) yang mengatakan kualitas produk berpengaruh positif dalam keputusan pembelian. Indikator yang digunakan dalam kualitas produk meliputi kinerja, fitur, kesesuaian, daya tahan dan estetika.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kualitas produk (*performance*, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, dan estetika) memiliki pengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian Suzuki Nex di Surabaya Selatan. *Performance* adalah variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian Suzuki Nex di wilayah Surabaya Selatan karena *performance* yang dimiliki Suzuki Nex meliputi pemakaian bahan bakar Suzuki Nex yang irit, Suzuki Nex merupakan skuter *matic* yang mudah digunakan dan nyaman pada saat digunakan, kecepatan dan tarikan gas pada Suzuki Nex yang ringan, dan suara mesinnya yang halus.

Saran

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian di luar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini mengingat masih

terdapat pengaruh dari variabel lain yaitu daya tahan dan kesan kualitas, layanan purna jual dan kemantapan.

Bagi peneliti selanjutnya juga disarankan untuk meneliti di lokasi selain Surabaya Selatan, mengingat jawaban responden untuk keputusan pembelian Suzuki Nex dapat dipengaruhi oleh faktor lain, dan peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian di *dealer service* untuk mempermudah mendapatkan responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Rosiana. 2010. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Honda Jazz (Studi Kasus Pada Honda Semarang Center). *Skripsi: FE Universitas Diponegoro*.
- Jones, Peter. 2000. Effect Of Quality Product Dimension On Behavioural Purchase Intention. *Emerald. Vol 17*.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 2 terjemahan oleh Benjamin Molan. 2005. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip. Armstrong, Gary. 2009. *Principial of Marketing*. USA: Prentice Hall.
- Kurniawan, Ferry. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Polygon Jenis Helios (Studi Kasus Pada Komunitas Bike To Work Surabaya). *Skripsi: FE Universitas Negeri Surabaya*.
- Shaharudin, Mohd Rizaimy *et al*. 2011. The relationship between product quality and purchase intention:

The case of Malaysia's national motorcycle/scooter manufacturer. *African Journal of Business Management* Vol. 5 (20).

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.

Tjiptono, Fandi. 2003. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Andi.

Yamit, Zulian. 2004. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.

Website Suzuki. (data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI)). (www.Suzuki.co.id).