

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA CABANG PETTARANI KOTA MAKASSAR

Andi Rifka Darangeng<sup>1</sup>, Nuraeni Kadir<sup>2</sup>, Musran Munizu<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Magister Management, Faculty of Economics and Business, Hasanuddin University;

[rifkadarangeng@gmail.com](mailto:rifkadarangeng@gmail.com)

<sup>2</sup> Faculty of Economics and Business, Hasanuddin University;

<sup>3</sup> Faculty of Economics and Business, Hasanuddin University;

### Abstract

This study aims to determine the effect of quality of product and design on purchasing decisions of Yamaha's motorbikes at Pettarani Makassar Branch. This study uses a quantitative method by distributing questionnaires. The sampling technique used non probability sampling, purposive sampling technique and used 100 respondents for the sample. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The results of this study state the quality of product and design both has a positive and significant effect on the decision to purchase a Yamaha's motorbikes at Pettarani Makassar Branch. The results of the coefficient of determine ( $R^2$ ) Obtained a value of 0,600. This shows that the purchasing decision variable is influenced by the quality of product and design variables which are highly influential.

Keywords: Quality of Product, Design, Purchasing Decision.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Cabang Pettarani di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuisioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling, teknik purposive sampling dan menggunakan sampel 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk dan desain sama-sama berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Cabang Pettarani di Kota Makassar. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai 0,600. Ini menunjukkan bahwa variable keputusan pembelian dipengaruhi oleh variable kualitas produk dan desain produk yang bersifat kuat.

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

## A. PENDAHULUAN

Salah satu negara dengan pengguna kendaraan roda dua terbanyak di dunia adalah negara Indonesia yang di mana jumlah penggunanya lebih dari 250 juta jiwa. Hal ini dapat dijadikan pemasok usaha sebagai target pasar yang dapat menghasilkan keuntungan yang besar. Banyak pelanggan yang membutuhkan produk

yang mampu menunjang aktivitas sehari-hari. Seiring perkembangan zaman, sepeda motor sudah banyak ditemukan di pasaran dengan respon positif yang diberikan oleh pengguna. Banyaknya permintaan dari pelanggan dapat memicu tingkat penjualan dari tahun ke tahun. Sepeda motor sangat bisa menarik pelanggan yang ingin lebih mudah dan lebih cepat sampai pada tujuan oleh karena itu banyak masyarakat yang tertarik untuk jadi pengguna sepeda motor agar lebih memudahkan aktivitas sehari-hari. Banyak merek yang memberikan produk dalam hal transportasi, sehingga tiap merek transportasi bersaing untuk memberikan kualitas yang tinggi untuk menggaet konsumen di pasar Indonesia.

Pada zaman globalisasi, dapat dilihat jika persaingan bisnis semakin ketat, baik dalam pasar *domestic* maupun pasar global. Meskipun produk terus diciptakan akan tetapi daya beli tetap terbatas. Sehingga pelanggan akan sangat waspada jika ingin memilih produk/barang sepeda motor. Sebelum memutuskan untuk mengambil keputusan, calon konsumen yang selektif tentu saja akan melihat kualitas dari merek produk tersebut. Keadaan ini bisa menjadi motivasi untuk perusahaan yang memiliki merek sepeda motor agar bisa memproduksi sepeda motor dengan sangat menarik dan kualitas juga bagus serta mematok harga yang ekonomis.

Perusahaan akan berlomba-lomba untuk menunjukkan kualitas terbaik dari inovasi yang dilakukan guna memikat target pasarnya. Kualitas dari suatu produk dapat dilihat dari kegunaan dan fungsinya, dan juga daya tahan, tidak bercampur dengan produk lain atau komponen lain, rasa nyaman ketika digunakan, bentuk dari luar seperti warna, atau bentuk dan lainnya. Kualitas produk yang paling berbeda dan baik secara mudah dapat merebut *market share* (Handoko, 2000).

Individu juga mempertimbangkan desain produk sebelum melakukan pembelian, selain kualitas produk itu sendiri. Desain yang menarik secara langsung menimbulkan ketertarikan dalam benak calon konsumen untuk melakukan pembelian. Desain yang dibentuk merupakan perspektif rencana dalam mempromosikan dan menjadi daya pikat calon konsumen terhadap suatu barang. Salah satu bagian dari membentuk ciri khas barang. Rencana luar biasa yang dapat menarik pembeli pasti akan membuat dampak yang baik pada suatu barang.

Memahami dan memenuhi keinginan dan kebutuhan calon klien adalah salah satu faktor terpenting dalam merebut pasar sasaran. Pemilik usaha harus menerapkan semua upaya dalam menangani kebutuhan pelanggan untuk mencapai visi dari perusahaan itu sendiri. Ketika pembeli senang dan puas akan layanan yang mereka dapatkan, hubungan baik antara perusahaan dan pembeli akan terbentuk.

Setiap individu mempunyai referensi dan sikap yang berbeda dalam menanggapi satu objek. Pemilik usaha harus memahami sikap pembeli akan barang atau merek yang dicari. Kemudian, berbagai cara harus dilakukan untuk membuat pelanggan terinspirasi oleh produk yang ditawarkan. Ketertarikan konsumen dalam produk yang diberikan berkaitan dengan bagaimana perkembangan model perilaku konsumen yang ditetapkan. Oleh karena itu, pemilik usaha perlu memahami perilaku pembeli terhadap barang atau merek yang dicari, kemudian, berbagai cara harus dilakukan untuk membuat pelanggan terinspirasi oleh barang yang ditawarkan.

PT Suracojaya Abadi Motor (Yamaha) adalah salah satu perusahaan besar di industri otomotif Indonesia. Nama-nama firma luar biasa di bidang ini sudah dikenal khalayak umum. Dibandingkan dengan para pesaingnya, produk Yamaha memiliki kualitas dan nilai yang lebih tinggi. Yamaha juga menawarkan beraneka ragam barang yang dibuat dan direncanakan sesuai kebutuhan pembeli. Yamaha selalu

melakukan inovasi terhadap produk yang ditawarkan dari saingannya dan mendapatkan nilai lebih menurut pembeli. Salah satunya seperti Yamaha NMAX. Salah satu cabang Perusahaan Yamaha di Kota Makassar Sulawesi Selatan berada di daerah Pettarani. PT Suracojaya Abadi Motor (Yamaha) Makassar berkompetisi dengan yang lain dalam industri yang sama.

Aspek pemasaran dari perusahaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti kualitas produk, promosi merk melalui iklan yang menarik, dan desain produk (Asih, 2008). Meningkatnya kebutuhan akan kapal penjelajah membuat produsen juga harus memiliki opsi untuk menerapkan metode pemasaran yang tepat untuk membuat atau mengembangkan ekspektasi pembelian pembeli. Harapan beli dapat diartikan sebagai kecenderungan individu untuk membeli merek yang paling disukai. Ekspektasi beli dibingkai oleh banyak pemicu, baik dari pembeli dalam, iklim, dan peningkatan promosi yang telah direncanakan.

Meskipun inovasi selalu dilakukan oleh perusahaan, namun permintaan menurun pada saat memasuki triwulan I di tahun 2021. PT. Suracojaya Abadi Motor (SJAM) mencatat penjualan sepeda motor telah mencapai 21.149 unit. Jika *dibandingkan* dengan periode sebelumnya, jumlah penjualannya mengalami penurunan sedikit. Sebagian besar penurunan penjualan sepeda motor mungkin disebabkan oleh wabah Covid-19 yang datang.

Penurunan tersebut baru terjadi pada bulan keempat awal dari pandemi Covid-19 terjadi di Indonesia yang membuat individu dihadapkan pada perubahan keadaan sejauh membeli produk. Perubahan perilaku pembeli lebih tertarik dengan pembelian online.. Menurut Hardiyanto, dkk (2020:2), belanja elektronik memang sudah menjadi keanehan di masa pandemi. Perilaku belanja web selama pandemi Covid dipengaruhi oleh pengalaman dekat rumah seperti kepercayaan, kenyamanan, kenyamanan, dan keamanan.

Berdasarkan uraian-uraian diatas, penulis mengambil keputusan untuk melakukan penelitian pada Kantor Yamaha Cabang Pettarani Makassar dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Cabang Pettarani Makassar”**.

## **B. METODE PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dimana mengacu dalam bentuk numerik/angka. Menurut Sugiyono (2017), penelitian kuantitatif merupakan Teknik penelitian positif mengevaluasi populasi ataupun sampel yang dilakukan dengan menguji instrument penelitian yang digunakan, analisis data kuantitatif, atau statistic untuk melakukan uji hipotesis.

#### **Sampel dan Populasi**

Populasi berarti bagian dari abstraksi yang berisikan benda ataupun orang dengan jumlah dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk ditelusuri lebih dalam dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Terdapat 329 pembelian sepeda motor Yamaha pada seluruh populasi penelitian ini. Meskipun sampel mewakili sebagian dari jumlah total dan properti yang dipindahkan oleh penduduk, sampel tersebut juga mewakili subset dari jumlah total dan properti.

Pengumpulan sampel ditangani dengan non-probability sampling. Pendekatan pengumpulan sampel yang ditangani dengan purposive sampling, yaitu memilih

sampel dari suatu populasi dengan adanya *requirement* kriteria yang ditentukan dan dipilih oleh peneliti. Sampel dipakai dalam riset ini sebanyak 100 responden dan merupakan pembeli roda dua pada Yamaha di Kantor Cabang Pettarani, Makassar.

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data ada dua, yaitu:

1. Kuesioner, dilakukan dengan membagikan angket berupa butir-butir pernyataan penelitian serta membagikan link *gform* kepada responden pembeli sepeda motor Yamaha Cabang Pettarani Makassar. Pernyataan kuesioner tersebut dibuat kemudian disediakan pilihan skala likert 1-5 dengan preferensi pilihan di mana sangat setuju memiliki nilai 5, setuju memiliki nilai 4, netral memiliki nilai 3, tidak setuju memiliki nilai 2, dan yang terakhir adalah tidak setuju memiliki nilai 1.
2. Telaah dokumen, dengan cara didapatkan dari tempat peneliti melakukan penelitian yaitu di lapangan baik berupa agenda kegiatan serta dokumen-dokumen terkait objek penelitian.

### **Metode Analisis Data**

Berikut merupakan metode yang digunakan untuk analisis data:

1. Analisis Statistik Deskriptif, metode statistik yang berusaha untuk memberikan ikhtisar data yang diperoleh dalam bentuk mentahnya, daripada menarik kesimpulan atau generalisasi yang luas tentang data tersebut, disebut statistik deskriptif. (Sugiyono, 2017). Setelah data terkumpul, maka akan diteliti menggunakan tabel distribusi frekuensi sebagai gambaran terhadap tanggapan responden pada masing-masing indikator.
2. Uji Instrumen Penelitian. Pengujian akan dilakukan dari kumpulan jawaban terhadap angket yang disebarkan. Dalam melakukan pengujian kualitas data, digunakan uji validitas serta reliabilitas pada riset ini.
  - a. Reliabilitas dan akurasi kuesioner dapat dinilai dengan menggunakan uji validitas. Informasi dianggap sah jika konsisten dengan persyaratan. Kriteria yang ada menyatakan bahwa data sah jika dan hanya jika hasil pengujian memperoleh  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
  - b. Uji reliabilitas menentukan apakah hasil dari serangkaian tindakan dapat diandalkan secara akurat dari waktu ke waktu. Jika alpha Cronbach untuk variabel yang dipermasalahkan lebih dari 0,60, maka kita dapat dengan yakin mengatakan bahwa itu adalah ukuran yang dapat dipercaya.
3. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas. Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel dependen dan independen bermakna atau tidak terhadap model regresi. Data yang terdistribusi normal merupakan data dengan model regresi yang baik. Untuk memvisualisasikan residu regresi standar, peneliti membuat Plot P-P Normal. Data yang mengelompok di sekitar garis dan cenderung bergerak ke arah yang sama dengan diagonal digunakan sebagai faktor penentu dalam analisis plot probabilitas normal. Sedangkan data yang tidak memenuhi persyaratan normalitas adalah kebalikan dari pernyataan sebelumnya yaitu di mana data tidak mengelompok atau menyebar sepanjang diagonal.

- b. Uji Multikolinieritas. menentukan apakah dua variabel atau lebih berkorelasi satu sama lain atau tidak. Ini adalah persamaan regresi layak jika tidak memiliki relasi antara variabel independen. Variance Inflation Factor (VIF) seta value toleransi bisa digunakan dalam menentukan apakah terdapat multikolinearitas. Jika VIF kurang dari 10, dan toleransi lebih besar dari 0,10, maka kondisi tidak terpenuhi (Ghozali, 2016).
  - c. Uji autokorelasi memberikan informasi apakah ada relasi antara kesalahan pengganggu periode t dan kesalahan pengganggu periode t1 pada persamaan regresi linier. Untuk mengetahui uji autokolerasi maka peneliti menguji dengan cara menggunakan Durbin-Watson kemudian membandingkan nilai pada Durbin Watson untuk menentukan nilai bawah (DL) dan nilai atas (DU) dan nilai signifikansi  $\alpha$  sebesar 5 %.
4. Uji Hipotesis
- a. Uji F. Menunjukkan variabel independen memiliki pengaruh positif yang substansial terhadap variabel dependen pada saat yang sama dapat ditentukan dengan menggunakan uji F. Adapun syarat dalam penarikan kesimpulan yaitu jikan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_0$  diterima. Begitupun sebaliknya, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_a$  diterima.
  - b. Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T). Lakukan tes ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Meneliti nilai T output regresi pada tingkat signifikansi sig. 0,05 atau 5% memungkinkan dilakukannya uji T. Hipotesis ditolak jika nilai signifikansinya lebih besar dari. Hipotesis diterima jika nilai signifikansinya lebih kecil dari  $\alpha$ .
  - c. Uji  $R^2$  (Koefisien Determinasi). tujuan penghitungan koefisien determinasi adalah untuk mengevaluasi sejauh mana model dapat menjelaskan perbedaan yang diamati dalam variabel dependen. Dengan menggunakan R Square ( $R^2$ ), kita dapat menguji besarnya kontribusi kualitas dan desain produk terhadap keputusan akhir sebagai variable independent dalam menguji hipotesis nol. Jika nilai  $R^2$  tinggi (cukup mendekati 1), maka informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen dapat diperoleh hampir seluruhnya dari variabel independen. Sebaliknya, nilai  $R^2$  yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen memberikan sedikit penjelasan untuk variabel dependen. (Ghozali, 2016).

## C. HASIL PENELITIAN

### Deskripsi Objek Penelitian

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden yang dipilih merupakan pembeli sepeda motor Yamaha di Kantor Cabang Pettarani, Makassar. Berikut daftar usia responden berdasarkan pengolahan data yang dilakukan:

**Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia (tahun)	Jumlah	Persentase
1	17-25	78	78%
2	26-35	19	19%
3	36-45	3	3%

Total	100	100%
-------	-----	------

Sumber: Data diolah, 2021.

Dari *output* tersebut dapat ditarik kesimpulan mayoritas responden dalam penelitian ini berusia antara 17 dan 25 tahun (78 orang, atau 78% dari total), diikuti oleh mereka yang berusia antara 26 dan 35 (19 orang, atau 19% dari total), dan mereka yang berusia antara 36 dan 45 (3 orang, atau 3% dari total).

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

**Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-Laki	31	31%
2.	Perempuan	69	69%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, 2021.

Dari *output* tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden dalam survei ini adalah perempuan, termasuk 69 individu atau 69% dari total, diikuti oleh 31 responden laki-laki atau 31% dari total.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan diklasifikasikan karena pekerjaan setiap konsumen berbeda-beda. Berikut peneliti merumuskan pekerjaan konsumen pembelian sepeda motor Yamaha Cabang Pettarani Kota Makassar.

**Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	60	60%
2	Karyawan Swasta	22	22%
3.	Wiraswasta	11	11%
4.	Lainnya	7	7%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, 2021.

Dari *output* tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa paling banyak dalam survey ini dengan jumlah responden adalah 60 orang atau dengan persentase 60%, diikuti oleh responden yang bekerja sebagai pekerja swasta (22 orang atau 22%), wiraswasta (11) dan lain-lain (7%).

### Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Pembelian Sepeda Motor Yamaha

Karakteristik responden berdasarkan alasan pembelian sepeda motor dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4. Berdasarkan Alasan Pembelian**

No	Alasan Pembelian Sepeda Motor Yamaha	Jumlah	Persentase
1.	Kualitas produk sesuai	67	67%

	kebutuhan		
2.	Desain produk yang bagus	17	17%
3.	Merk terkenal	16	16%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2021.

Dari *output* tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa alasan pembelian sepeda motor yamaha yang paling banyak dalam penelitian ini yaitu alasan kualitas produk sesuai kebutuhan sebanyak 67 orang atau dalam persentase sebesar 67%, Jadi, ada sebanyak 17 orang atau 17% yang menilai desain produk sangat baik, sedangkan ada sebanyak 16 orang atau 16% yang menilai merek-merek terkenal.

### Hasil Analisis Data

#### Analisis Statistik Deskriptif

Berikut merupakan hasil uji statistika deskriptif:

**Tabel 6. Analisis Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	100	13	60	46,41	8,370
Desain Produk	100	9	45	36,39	6,660
Keputusan Pembelian	100	15	75	54,34	12,253
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data diolah, 2021.

Dari *output* tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan variabel penelitian memiliki N 100 yang berarti terdapat 100 jawaban angket dimana variabel X1 yaitu kualitas produk perolehan jawaban minimum responden sebesar 13 dan maksimum adalah 60 dengan rata-rata (*mean*) jawaban sebesar 46,41 dan nilai standar deviasi 8,370. Variabel X2 yaitu desain produk perolehan jawaban minimum responden sebesar 9, dan maksimum adalah 45 dengan nilai rata-rata (*mean*) jawaban sebesar 36,39 dan nilai standar deviasi 6,660.

Variabel Y yaitu keputusan pembelian berkisar antara 15 - 75, dengan nilai rata-rata (*mean*) 54,34 dan standar deviasi 12,253. Karena nilai rata-rata setiap variabel lebih besar dari standar deviasinya, maka dapat dikatakan distribusi data memuaskan.

### Uji Instrumen Penelitian

Berikut merupakan uji instrument penelitian:

#### Uji Validitas

Berikut merupakan hasil uji validitas:

**Tabel 6. Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket.
----------	------------	----------	---------	------

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket.
<b>Kualitas Produk (X1)</b>	x1.1	0,784	0,197	Valid
	x1.2	0,819	0,197	
	x1.3	0,793	0,197	
	x1.4	0,662	0,197	
	x1.5	0,736	0,197	
	x1.6	0,798	0,197	
	x1.7	0,749	0,197	
	x1.8	0,766	0,197	
	x1.9	0,714	0,197	
	x1.10	0,802	0,197	
	x1.11	0,783	0,197	
	x1.12	0,661	0,197	
<b>Desain Produk (X2)</b>	x2.1	0,823	0,197	Valid
	x2.2	0,888	0,197	
	x2.3	0,851	0,197	
	x2.4	0,887	0,197	
	x2.5	0,837	0,197	
	x2.6	0,860	0,197	
	x2.7	0,821	0,197	
	x2.8	0,844	0,197	
	x2.9	0,811	0,197	
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	y1	0,793	0,197	Valid
	y2	0,767	0,197	
	y3	0,758	0,197	
	y4	0,798	0,197	
	y5	0,860	0,197	
	y6	0,873	0,197	
	y7	0,759	0,197	
	y8	0,803	0,197	
	y9	0,855	0,197	
	y10	0,705	0,197	
	y11	0,862	0,197	
	y12	0,843	0,197	
	y13	0,778	0,197	
	y14	0,816	0,197	
	y15	0,813	0,197	

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan data yang ditunjukkan di atas, dimungkinkan untuk menentukan apakah item pernyataan dari kuesioner untuk setiap variabel memiliki r hitung > r tabel, yang menunjukkan bahwa item pernyataan tersebut sah dan dapat dilanjutkan ke langkah berikutnya.

### Uji Reliabilitas

Berikut adalah hasil Uji Reliabilitas:

**Tabel 7. Uji Validitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas Alpha	N of Item	Ket.
X1	0,930	0,60	12	Reliabel
X2	0,950	0,60	9	Reliabel
Y	0,960	0,60	15	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2021.

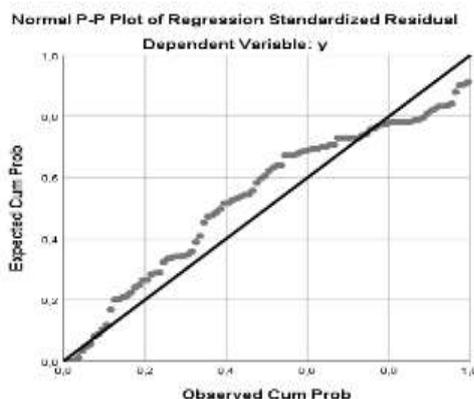
Dari output yang ditampilkan dapat diketahui jika nilai dari variabel melebihi batas cronbach alpha sebesar 0,60; maka dapat ditarik kesimpulan bahwa daftar pertanyaan yang digunakan dalam pengumpulan data pada setiap variabel penelitian mampu memberikan hasil yang konsisten.

### Uji Asumsi Klasik

Berikut merupakan hasil uji asumsi klasik pada penelitian ini:

#### Uji Normalitas

Berikut merupakan uji normalitas menggunakan Normal P-Plot pada penelitian ini:



Sumber: Data diolah, 2021.

**Gambar 1. Uji Normalitas**

Dari *ouput di atas*, dapat dilihat bahwa butir-butir pada gambar tersebut berada disekitar dan mengikuti garis lurus. Hal ini dinyatakan bahwa *output* dari SPSS memiliki kenormalan residual. Model regresi yang baik yaitu butir-butir yang menyebar disekitaran garis lurus, sedangkan data yang tidak terdistribusi normal adalah sebaliknya.

#### Uji Multikolinearitas

Berikut merupakan hasil Uji Multikolinearitas:

**Tabel 8. Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Unstandardized Coefficients	Collinearity Statistics

		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,365	4,547		
	Kualitas Produk	0,696	0,193	0,237	4,213
	Desain Produk	0,596	0,243	0,237	4,213

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel di atas, nilai Durbin Watson untuk model yang bersangkutan adalah sebesar 1,967%. Berdasarkan tabel Durbin Watson didapatkan nilai variabel bebas (k) = 2 & jumlah pengamatan (n) = 100, dL-nya = 1,633 dan dU-nya = 1,715. Dimana dL, yaitu durbin lower dan dU yaitu durbin upper, dikarenakan  $dU = 1,715 < dw = 1,967 < 4 - dU = 2,285$ , maka hasil dari pengujian autokorelasi pada penelitian ini ditarik kesimpulan tidak ada gejala autokorelasi sehingga model dikatakan baik.

### Uji Autokorelasi

Dengan ambang signifikansi  $\alpha = 5\%$ , peneliti menggunakan Durbin-Watson dengan membandingkan data pada tabel Durbin-Watson. Ada autokorelasi jika ada korelasi. Autokorelasi seharusnya tidak ada dalam model yang layak. Berikut hasil uji autokorelasi yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 9. Uji Autokorelasi**

Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.774 <sup>a</sup>	0,600	0,591	7,832	1,967

Sumber: Data diolah, 2021.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menganalisis regresi linier berganda dibantu dengan perangkat lunak SPSS versi 25, dan temuan regresi linier berganda ditunjukkan sebagai berikut:

**Tabel 10. Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	0,365	4,547
	Kualitas produk	0,696	0,193
	Desain Produk	0,596	0,243

Sumber: Data diolah, 2021.

Sehingga, didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,365 + 0,696 X_1 + 0,596 X_2 + e$$

Interpretasi persamaan regresi ini adalah sebagai berikut:

- a) Konstanta ( $\beta$ ) adalah keadaan dimana variabel pilihan transaksi beli belum dipengaruhi faktor lain seperti kualitas produk (X1) dan desain produk (X2). Diasumsikan variable independent tidak diadakan, maka variable keputusan melakukan transaksi beli tidak berubah. Konstanta ( $\beta$ ), 0,365 menyatakan derajat pengaruh semua faktor independen terhadap variabel dependen; jika variabel independen tetap konstan maka nilai keputusan beli adalah 0,365. Dengan kata lain jika tidak ada faktor dari kualitas maupun design yang memberikan kontribusi dalam nilai keputusan pembelian sehingga nilai keputusan melakukan transaksi jual beli tetap konstan = 0,365.
- b) Nilai koefisien kualitas produk ( $\beta_1$ ) = 0,696 menampilkan bahwa kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan transaksi beli. Artinya ketika ada kenaikan satu satuan dalam variable kualitas produk, maka variabel keputusan pembelian akan meningkat 0,696 dengan catatan semua variabel lain nilainya konstan.
- c) Nilai koefisien desain produk ( $\beta_2$ ) = 0,596 menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan transaksi beli, artinya ketika ada kenaikan satu satuan dalam variabel desain, maka variabel keputusan pembelian akan meningkat 0,596 dengan catatan semua variabel lain nilainya konstan.

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan adalah uji simultan (uji F), uji signifikansi secara parsial (uji T) dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

### Uji Simultan F

Berikut merupakan hasil uji F:

**Tabel 11. Uji Simultan F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8913.952	2	4456.976	72.654	,000 <sup>b</sup>
	Residual	5950.488	97	61.345		
	Total	14864.440	99			

Sumber: Data diolah, 2021.

Dari hasil tabel 11 di atas, diketahui nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $72,654 > 3,090$ . Jadi, dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  didukung, yang menunjukkan bahwa baik kualitas produk maupun desain mempengaruhi pilihan untuk membeli sepeda motor Yamaha.

### Uji Signifikansi Secara Parsial (T)

Berikut merupakan hasil uji signifikansi secara parsial:

**Tabel 12. Uji T**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,365	4,547		0,080	0,936
	Kualitas	0,696	0,193	0,475	3,604	0,000
2	Waktu	0,596	0,243	0,324	2,457	0,016

Sumber: Data diolah, 2021.

$$Y = 0,365 + 0,696 X_1 + 0,596 X_2$$

Nilai yang ditampilkan adalah nilai signifikansi  $X_1$  terhadap  $Y = 0,000 < 0,05$  dan thitungnya adalah  $3,604 > 1,984$ . Sehingga, dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  didukung, menyiratkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian. Nilai signifikan pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$  kemudian diketahui sebesar  $0,016 < 0,05$ , dan thitungnya sebesar  $2,457 > 1,984$ . Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_2$  didukung, menyiratkan bahwa desain produk berdampak pada keputusan pembelian.

#### Uji Koefisien Determinasi

Tabel berikut ini menunjukkan nilai  $R^2$ :

**Tabel 13. Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,774 <sup>a</sup>	0.600	7.832	

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Desain Produk  
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2021.

Nilai  $R^2$  diketahui sebesar 0,60.  $R^2$  mendekati 1, menampilkan hasil variabel independen yaitu kualitas produk dan desain produk mampu menjelaskan dan memberikan informasi yang diperlukan untuk memberikan prediksi hasil dari variabel dependen yaitu keputusan pembelian dengan derajat kurang lebih 60%, sedangkan sisanya 40% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

#### D. PEMBAHASAN

##### Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil dari pengujian hipotesis pertama, ditentukan nilai thitung = 3,604 dengan nilai signifikansi = 0,000. Ini menunjukkan jika thitung > ttabel yaitu 1,984. thitung >

ttabel, karena thitung  $3,604 > ttabel$ , atau thitung  $> ttabel$ . Dibandingkan dengan value signifikansi yang ditemukan,  $0,000 > 0,05$ , hal ini menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari tingkat kesalahan. Jadi  $H_0$  tidak diterima dan  $H_1$  disetujui, yang menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian.

Dari tinjauan yang dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong (2008), mengatakan bahwa semakin baik sifat barang yang dibuat, semakin besar peluang pembeli untuk memutuskan pilihan pembelian. Jika suatu barang memiliki kualitas baik dan sesuai dengan requirement dan juga yang dibutuhkan oleh konsumen, maka pada saat itu pembeli akan memilih untuk membeli barang tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk sepeda motor Yamaka maka banyak jumlah konsumen yang akan membelinya. Sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Limpo et al. (2018), temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian, orang mungkin berpendapat bahwa kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian.

### **Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian**

Uji hipotesis kedua dilakukan parsial dan memberikan nilai thitung = 2,457 dan Sig = 0,016. Ini dapat disimpulkan bahwa thitung  $> ttabel$  yaitu sebesar 1,984. thitung  $> ttabel$ , karena thitung  $> 2,457$  dan ttabel lebih kecil dari 1,984. Walaupun perbandingan didapatkan nilai signifikansi yang dihasilkan adalah  $0,016 > 0,05$ , interpretasi dari nilai ini adalah tingkat signifikansi ada di bawah tingkat kesalahan. Sehingga  $H_0$  tidak diterima dan  $H_2$  disetujui, yang menggambarkan bahwa desain produk mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan pernyataan Kotler dan Armstrong (2013) menunjukkan bahwa semakin baik nilai kualitas dan desain produk memberikan keinginan konsumen untuk membelinya. Daya tarik desain suatu produk akan meningkatkan minat beli pelanggan. Hal tersebut berarti bahwa perusahaan harus lebih memperhatikan manajemennya terkhusus pada bagian desain produk. Hal ini dikarenakan karena calon konsumen mempertanyakan terkait desain dari produk tersebut sehingga perusahaan berupaya untuk terus melakukan inovasi guna menarik perhatian konsumen dan memahami keinginan konsumen itu sendiri. Menurut penelitian terdahulu (Redho, 2018), terdapat pengaruh desain produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai thitung  $2,958 > ttabel$  1,973 dan nilai Sig  $0,039 < 0,05$ . Jadi, dapat menyimpulkan bahwa desain produk memengaruhi keputusan pembelian.

### **Kualitas dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian**

Dari hasil analisis data yang ada diperoleh Fhitung sebesar 72,654 lebih dari 3,090 dan memiliki nilai signifikansi 0,000. Signifikansi  $< 0,05$  yang berarti  $H_0$  tidak diterima dan  $H_3$  disetujui, yang menggambarkan bahwa desain produk mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha secara bersamaan. Lalu untuk value adjusted  $R^2 = 0,38$ , memberikan interpretasi bahwa 60,0% value perusahaan sedikit banyak dibangun dengan kualitas dan desain produk, sedangkan 40,0% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel di luar cakupan penelitian ini.

Berdasarkan temuan penelitian ini dan hipotesis Tjipiono (2008), kualitas dan desain produk memiliki pengaruh yang sifatnya signifikan terhadap pilihan dalam

membeli suatu produk. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian Suari, Telagawathi, dan Yulianthini (2019) yang menunjukkan bahwa faktor kualitas produk dan desain produk memiliki pengaruh yang besar terhadap pilihan transaksi jual beli mahasiswa Jurusan Manajemen berkaitan dengan sepeda motor Honda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan desain produk mempengaruhi 89,6% pilihan transaksi jual beli sepeda motor Honda di kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen.

## **E. KESIMPULAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan analisis dan perdebatan penelitian, diambil kesimpulan sebagai berikut: Kualitas produk pengaruhnya substansial dan menguntungkan terhadap pilihan transaksi beli sepeda motor Yamaha dari Cabang Pettarani Makassar. Desain produk memberikan proporsi yang besar untuk pengaruh dan menguntungkan terhadap pilihan transaksi beli sepeda motor Yamaha di Cabang Pettarani Makassar. Kualitas dan desain produk memberikan pengaruh yang positif dan substansial terhadap pilihan transaksi beli sepeda motor Yamaha di Cabang Pettarani Makassar.

### **Saran**

Atas dasar hasil kajian, perdebatan, batasan, dan kesimpulan. Berikut rekomendasi yang dapat diberikan: Untuk Yamaha, Cabang Pettarani, Kota Makassar Berdasarkan temuan penelitian, kualitas produk dan desain mempengaruhi keinginan untuk melakukan pembelian. Maka sebaiknya pihak perusahaan mempertahankan serta tidak hentinya melakukan peningkatan kualitas produk agar pelanggan dapat memutuskan pembelian pada Yamaha Cabang Pettarani Kota Makassar, tidak hanya itu desain pada produk agar dibuat lebih kreatif dan inovatif lagi sehingga dapat menarik perhatian pelanggan dalam memutuskan pembelian sepeda motor Yamaha Cabang Pettarani Kota Makassar. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya lebih memperluas variabel yang diamati, misalkan variabel manfaat, kemudahan, ataupun kepercayaan yang ditawarkan dan lain sebagainya. Dengan harapan penelitian-penelitian selanjutnya akan lebih beragam dan unggul. Untuk meningkatkan kualitas studi di masa depan, perlu memperluas populasi dan ukuran sampel di luar Yamaha Cabang Pettarani di Makassar, Indonesia.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiyanto, dkk. 2020. "Analisis Perilaku Belanja Online Selama Masa Pandemi Covid-19". *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi: Politeknik Negeri Bandung*. Vol. 6 No. 3.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta Erlangga.
- Limpo, Lita., Rahim, Abdul, Hamzah. 2018. "Effect of Product Quality, Price and Promotion to Purchase Decision". *International Journal on Advanced Science, Education and Religion*. Vol. 1. Issue 1.
- Redho, Rahmat. 2018. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi*

*dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Skripsi:*  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah

- Suari, M.T. Yogi., Telegwathi, N.L. W. Sayang., Yulianthini, N. Nyoman. (2019).  
}Pengaruh Kulaitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal  
Manajemen. Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja*. Vol. 5 No.1.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: Andy Offset.