

ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA NMAX DENGAN HONDA PCX DI KOTA BANDUNG TAHUN 2018

A COMPARATIVE ANALYSIS of the PRODUCT QUALITY MOTORCYCLE YAMAHA with HONDA PCX NMAX in BANDUNG CITY YEAR 2018

Boby Krisdiantoro¹, Arry Widodo, SE, MM²

^{1,2,3}Prodi S1 Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom

bobykrisdiantoro@gmail.com, arry.widodo@gmail.com

Abstrak

Masyarakat Indonesia memilih kendaraan bermotor khususnya sepeda motor matik sebagai modal transportasi karena harganya yang relatif lebih murah, irit konsumsi bahan bakar, serta praktis dalam penggunaannya. Peningkatan dimensi kualitas produk yang ditawarkan menjadi perhatian khusus bagi perusahaan, hal ini menjadi alat yang dapat digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif bagi perusahaan adalah kualitas produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kualitas produk sepeda motor antara Yamaha Nmax dan Honda PCX menurut konsumen. Objek dari penelitian ini adalah orang yang memiliki sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX yang berada di Bandung.

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif yang melibatkan masing-masing 100 orang yang memiliki sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX sebagai responden, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *judgement sampling*. Penelitian ini menggunakan metode komparatif uji beda dengan menggunakan T-test.

Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk Sepeda Motor Honda PCX lebih bagus dibanding kualitas produk sepeda motor Yamaha Nmax dengan perbedaan sebesar 2,9%. Keunggulan Sepeda Motor Honda PCX terdapat pada dimensi Fitur, Daya Tahan, Kemampuan Pelayanan, Estetika, Persepsi terhadap Kualitas. Hasil pengujian menggunakan T-test menunjukkan bahwa masing-masing terdapat perbedaan antara kualitas produk Sepeda Motor Honda PCX dengan Yamaha Nmax yang signifikan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Perbandingan Produk, Sepeda Motor Matik

Abstract

Indonesian people choose motor vehicles, especially automatic motorcycles as transportation capital because the price is relatively cheaper, economical fuel consumption, and practical in its use. Increasing the dimensions of product quality offered a special attention to the company, this becomes a tool that can be used to achieve competitive advantage for the company is the quality of the product. The purpose of this research is to know the difference of motorcycle product quality between Yamaha Nmax and Honda PCX according to consumer. The object of this research is the person who owns the motorcycle Yamaha Nmax and Honda PCX who are in Bandung.

This research is included in descriptive research with quantitative method involving each 100 people owning Yamaha Nmax motorcycle and Honda PCX as respondent, with sampling using judgment sampling technique. This study uses comparative method of different test by using T-test.

The results stated that the quality of Honda Motorcycle PCX products better than the quality of Yamaha Nmax motorcycle products with a difference of 2.9%. The advantages of Honda PCX Motorcycles are in the dimensions of Feature, Durability, Service Capability, Aesthetics, Perception of Quality. Test results using T-test show that each there is a difference between the quality of Honda Motorcycle PCX products with Yamaha Nmax significant.

Keywords: Product Quality, Product Comparison, Motorcycle Matic

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu Negara di Asia yang memiliki pertumbuhan bidang otomotif yang signifikan dan diperkirakan dengan jumlah 2,3 juta kendaraan pada tahun 2019 mendatang (<http://www.kemenperin.go.id>).

Penjualan sepeda motor di Indonesia tidak terlepas dari produk sepeda motor itu sendiri. Produk merupakan objek vital bagi perusahaan yang mampu menentukan roda bisnis. Produk juga mempengaruhi keberhasilan untuk mendatangkan keuntungan atau laba yang akan tetap menjaga kinerja operasional perusahaan.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan (Kotler dan Amstrong, 2012:248)[7]. Melalui sebuah produk, perusahaan dapat dengan leluasa mencari konsumen. Melalui produk pula perusahaan dapat mengetahui tingkat kebutuhan konsumen, dapat menentukan strategi pemasaran seperti apa yang akan ditetapkan untuk produk tersebut (Aris Marwanto 2015:79).

Pesatnya perkembangan di bidang industri otomotif nampak dari perkembangan skuter matik yang setiap tahun mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Masyarakat Indonesia memilih kendaraan bermotor khususnya sepeda motor matik sebagai modal transportasi karena harganya yang relatif lebih murah, irit konsumsi bahan bakar, serta praktis dalam penggunaannya.

	2014		2015		2016*	
	Penjualan (Unit)	Market Share	Penjualan (Unit)	Market Share	Penjualan (Unit)	Market Share
Honda	5.051.100	64,16%	4.453.888	68,73%	655.734	67,73%
Yamaha	2.371.082	30,12%	1.798.630	27,76%	267.100	27,59%
Suzuki	275.067	3,49%	109.882	1,70%	26.770	2,76%
Kawasaki	165.371	2,10%	115.008	1,77%	17.355	1,79%
TVS	9.575	0,12%	2.747	0,04%	1.234	0,13%

Tabel 1. Penjualan dan Pangsa Pasar Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2014 sd 2016

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel 1.2 diketahui bahwa tahun 2014 total penjualan sepeda motor merek Honda mencapai 5.051.100 unit, sedangkan merek Yamaha mampu menjual sebesar 2.371.082 unit. Penjualan sepeda motor tersebut kemudian mengalami kemunduran di tahun 2015, dimana merek Honda hanya mampu menjual 4.453.888 unit, sedangkan merek Yamaha mampu menjual sebanyak 1.798.630 unit, begitupun di tahun 2016 yang menunjukkan bahwa penjualan kedua merek sepeda motor tersebut mengalami kemunduran, dimana data penjualan sampai dengan triwulan I tahun 2016 merek Honda menjual sebanyak 655.734 unit sedangkan merek Yamaha mampu menjual sebanyak 267.100 unit.

Salah satu segmen sepeda motor yang mengalami persaingan yang semakin kompetitif adalah skuter matik premium 150cc, dimana didalamnya terdapat merek honda sebagai market leader agregat produk sepeda motor, dan merek Yamaha sebagai market leader khusus segmen skuter matik premium 150cc. Yamaha memasuki segmen skuter matik premium 150cc pada bulan Februari 2015. Jauh di tahun sebelumnya, merek Honda sebagai pesaing utama Yamaha, terlebih dahulu meluncurkan skuter matik premium 150cc yang dikenal dengan nama Honda PCX 150. Dalam hal penjualan Honda PCX berada jauh dari pesaingnya yaitu Yamaha dengan produk Yamaha NMax.

Perusahaan sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX memiliki kelebihan dan kekurangan, kedua merek tersebut bersaing menciptakan masing-masing teknologi sepeda motor yang berbeda dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Konsep sebuah produk menyatakan bahwa konsumen akan menyukai sebuah produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur- fitur inovatif yang terbaik. Berdasarkan konsep ini, strategi

pemasaran berfokus pada perbaik produk yang berkelanjutan (Kotler dan Keller, 2012: 40)[6]. Didukung dengan hasil mini survey dan data-data yang didapat menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan hal penting pada pertimbangan konsumen dalam membeli sepeda motor.

2.1 Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian

2.1.1. Rangkuman Teori

Menurut Kotler dan Keller (2012: 131)[6] menyatakan kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dapat dikatakan penjual telah memberikan kualitas setiap kali produk atau jasanya dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2012: 230)[7] adalah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan. Produk yang berkualitas adalah produk yang memenuhi harapan pelanggan, serta produk harus memiliki tingkat kualitas tertentu karena produk dibuat untuk memenuhi selera konsumen atau memuaskan pemakainya (Wijaya, 2011:11)[18]. Menurut Garvin dalam Tjiptono dan Chandra (2012: 75)[16] menyatakan bahwa kualitas produk diklasifikasikan ke dalam delapan dimensi kualitas, yaitu:

1. Kinerja (Performance), yakni efisiensi pencapaian tujuan utama sebuah produk sesuai standar yang telah ditetapkan.

2. Fitur (Features), yaitu ciri atau atribut produk yang melengkapi kinerja dasar sebuah produk sehingga mampu menimbulkan kesan positif pada konsumen.

3. Reliabilitas (Reliability), yaitu kemampuan sebuah produk untuk tetap berfungsi secara konsisten selama usia desainnya.

4. Kesesuaian dengan Spesifikasi (Conformance to Specifications), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi suatu produk dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

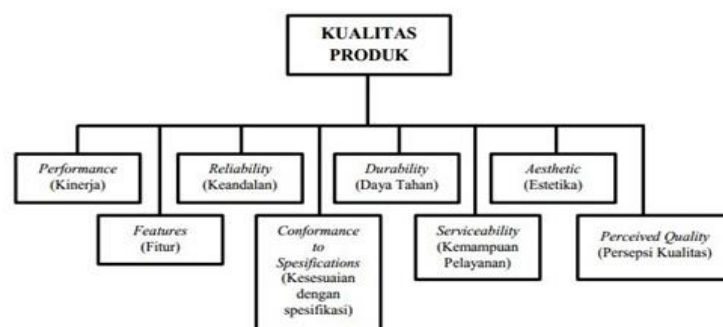
5. Daya Tahan (Durability), seberapa lama produk dapat digunakan, tingkat kemampuan produk untuk mentolerir tekanan, stres atau trauma tanpa mengalami kerusakan yang berarti.

6. Kemampuan Pelayanan (Serviceability), yaitu kecepatan, kesopanan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan pemeliharaan, serta penanganan keluhan suatu produk secara mudah dan baik.

7. Estetika (Esthetic), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera yang meliputi keindahan, corak, dan juga daya tarik.

8. Persepsi Kualitas (Perceived Quality), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Kedelapan dimensi kualitas produk yang telah dipaparkan tersebut akan digunakan untuk mengetahui pendapat konsumen mengenai kualitas produk dari sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX. Hasil dari penelitian ini dapat mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara kualitas produk kedua running shoes tersebut menurut konsumen, sehingga perusahaan dapat membuat strategi yang lebih baik untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas produk mereka masing-masing. Berikut kerangka pemikiran yang akan dijadikan acuan dalam penelitian:



Gambar 2 Kerangka Pemikiran

2.2 Metodologi

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metodologi kuantitatif, yaitu cara untuk memperoleh ilmu pengetahuan atau memecahkan masalah yang dihadapi dan dilakukan secara hati-hati dan sistematis, dan data-data yang dikumpulkan berupa rangkaian atau kumpulan angka-angka (Nasehudin dan Gozali, 2012: 68)[8]. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal dan skala instrumen yang digunakan adalah skala Likert, yaitu skala yang dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan (Saebani dan Nurjaman, 2013: 126)[9].

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Bandung sebagai pengguna kedua produk sepeda motor Yamaha Nmax dan atau Honda PCX. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 orang responden dengan menggunakan rumus Bernoulli. Penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan teknik judgement sampling yaitu teknik penarikan sampel yang dipilih berdasarkan penilaian tertentu dari peneliti yang dianggap memiliki karakteristik yang dikehendaki (Darmawan, 2012: 152).

Penelitian ini menggunakan Uji Independent T-test, teknik statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif, tergantung pada jenis datanya. Teknik statistik uji independent t-test merupakan teknik statistik parametris yang digunakan untuk menguji komparasi data ratio atau interval (Sugiyono, 2010: 137)[12].

3. Pembahasan

Analisis deskriptif didapatkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 200 orang responden yang mempunyai sepeda motor Yamaha Nmax dan atau Honda PCX. Berikut adalah hasil dan penjelasan tentang delapan dimensi Kualitas Produk menurut konsumen mengenai sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX yang dapat dilihat pada Tabel 2:

Dimensi Kualitas Produk	OBJEK	
	Yamaha Nmax	Honda PCX
Kinerja (<i>Performance</i>)	80,1% (baik)	83% (baik)
Fitur (<i>Feature</i>)	80,2% (baik)	76,3% (baik)
Reliabilitas (<i>Reliability</i>)	83,6% (baik)	76,2% (baik)
Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specifications</i>)	89,3% (sangat baik)	82,8% (baik)
Daya Tahan (<i>Durability</i>)	71,8% (baik)	88,9% (sangat baik)
Kemampuan Pelayanan (<i>Serviceability</i>)	76,3% (baik)	80,7% (baik)
Estetika (<i>Esthetic</i>)	76,6% (baik)	86% (sangat baik)
Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	79,8% (baik)	87,8% (sangat baik)
Rata-rata	79,8%	82,7%

Tabel 2. Perbandingan Pada Kualitas Produk Sepeda Motor Yamaha Nmax dan Honda PCX Menurut Konsumen

Pada Tabel 2. diperoleh hasil rata-rata untuk masing-masing produk sepeda motor dari delapan dimensi kualitas produk yang diteliti adalah sebesar 79,8% untuk Yamaha Nmax dan 82,7% untuk Honda PCX. Perbedaan pendapat konsumen mengenai kualitas produk keduanya sangat tipis, Honda PCX lebih unggul 2,9% dibandingkan dengan Yamaha Nmax. Honda PCX unggul dalam beberapa dimensi yaitu Kinerja (*Performance*), Daya Tahan (*Durability*), Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*), Estetika (*Esthetics*), dan Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*). Sedangkan Yamaha Nmax unggul dalam dimensi Fitur (*Feature*), Reliabilitas (*Reliability*), dan Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Specifications*).

A. Hasil Uji Hipotesis

Uji beda rata-rata dilakukan untuk melihat perbedaan kualitas produk Sepeda Motor Yamaha Nmax dengan Sepeda Motor Honda PCX. Dalam hal ini akan dilihat atribut produk mana yang lebih bagus dari keduanya setelah dilakukan perhitungan dari hasil rekap jawaban responden terhadap objek penelitian.

H_0 = Tidak terdapat perbedaan kualitas produk antara sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX menurut konsumen di Bandung.

H_1 = Terdapat perbedaan kualitas produk antara sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX menurut konsumen di Bandung.

Berikut merupakan output pertama dari uji hipotesis yang menjelaskan informasi mengenai banyaknya data yang diolah untuk masing-masing variabel :

Group Statistic					
	Merek	N	Mean	Std, Deviation	Std, Error Mean
Kinerja (<i>Performace</i>)	Honda PCX	100	4,1500	,52465	,05246
	Yamaha Nmax	100	4,0050	,43806	,04381
Fitur (<i>Feature</i>)	Honda PCX	100	3,8150	,53492	,05349
	Yamaha Nmax	100	4,0250	,51432	,05143
Reliabilitas (<i>Reliability</i>)	Honda PCX	100	3,8100	,77453	,07745
	Yamaha Nmax	100	4,1800	,65721	,06572
Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Spesifications</i>)	Honda PCX	100	4,1400	,70739	,07074
	Yamaha Nmax	100	4,4500	,41133	,04113
Daya Tahan (<i>Durability</i>)	Honda PCX	100	4,4450	,47617	,04762
	Yamaha Nmax	100	3,5900	,65667	,06567
Kemampuan Pelayanan (<i>Serviceability</i>)	Honda PCX	100	4,1750	,58333	,05833
	Yamaha Nmax	100	3,8150	,57144	,05714
Estetika (<i>Esthetic</i>)	Honda PCX	100	4,3000	,62765	,06276
	Yamaha Nmax	100	3,8400	,92899	,09290
Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	Honda PCX	100	4,3900	,58422	,05842
	Yamaha Nmax	100	3,9900	,67412	,06741
Total	Honda PCX		33,225	4,81286	0,48127
	Yamaha Nmax		31,895	4,85214	0,48521

Tabel 3. Hasil Independent T-test

Berdasarkan hasil perhitungan statistik pada tabel 3 diperoleh nilai rata-rata kualitas produk sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX menggunakan Uji T-test. Rata-rata kualitas produk sepeda motor Yamaha Nmax sebesar 31,895. Sedangkan rata-rata kualitas produk sepeda motor Honda PCX sebesar 33,225. Terdapat perbedaan rata-rata sebesar 1,33. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk sepeda motor Honda PCX lebih bagus dibandingkan dengan kualitas produk sepeda motor Honda PCX.

Tabel 4 merupakan output kedua yang memberikan informasi nilai sebagai dasar pengambilan keputusan untuk menjawab rumusan masalah ketiga.

VARIABEL	t-value	p-value	Keterangan
Kinerja (<i>Performace</i>)	2,121	0,035	Berbeda signifikan
Fitur (<i>Feature</i>)	-2,830	0,005	Berbeda signifikan

Reliabilitas (<i>Reliability</i>)	-3,643	0,000	Berbeda signifikan
Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformanceto Spesifications</i>)	-3,788	0,000	Berbeda signifikan
Daya Tahan (<i>Durability</i>)	10,541	0,000	Berbeda signifikan
Kemampuan Pelayanan (<i>Serviceability</i>)	4,409	0,000	Berbeda signifikan
Estetika (<i>Esthetic</i>)	4,409	0,000	Berbeda signifikan
Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	4,103	0,000	Berbeda signifikan

Tabel 4. Hasil uji *independent sample t-test*

Berdasarkan Tabel 4 dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi p-value Kinerja (*Performance*), Fitur (*Feature*), Reliabilitas (*Reliability*), Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformanceto Spesifications*), Daya Tahan (*Durability*), Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*), Estetika (*Esthetic*), dan Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*) memperoleh p-value lebih kecil dari 0,05 (tolak H_0 jika $P \leq \alpha$). maka tolak hipotesis nol (H_0).

Hal ini menunjukkan bahwa **terdapat perbedaan** kualitas produk sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX menurut konsumen :

1. Perbedaan Berdasarkan Dimensi Kinerja (*Performance*)

Terdapat perbedaan presentase pada dimensi Kinerja (*Performance*) yang ditunjukkan oleh sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX. Sepeda Motor Yamaha Nmax memperoleh presentase sebesar 80,1% dan sepeda motor Honda PCX memperoleh presentase sebesar 83%. Presentase Honda PCX lebih tinggi sebesar 2,9% dibanding dengan presentase yang diraih oleh Yamaha Nmax.

2. Perbedaan Berdasarkan Dimensi Fitur (*Feature*)

Terdapat perbedaan presentase pada dimensi Fitur (*feature*) yang ditunjukkan oleh sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX. Sepeda Motor Yamaha Nmax memperoleh presentase sebesar 80,2% dan Honda PCX memperoleh presentase sebesar 76,3%. Presentase Yamaha Nmax lebih tinggi sebesar 3,9% pada dimensi variabel fitur dibandingkan dengan presentase yang diraih Honda PCX.

3. Perbedaan Berdasarkan Dimensi Reliabilitas (*Reliability*)

Terdapat perbedaan presentase pada dimensi Reliabilitas (*Reliability*) yang ditunjukkan oleh sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX. Sepeda motor Yamaha Nmax memperoleh presentase sebesar 83,6% dan sepeda motor Honda PCX memperoleh presentase sebesar 76,2%. Presentase Yamaha Nmax lebih tinggi sebesar 7,4% dibandingkan dengan presentase Honda PCX pada dimensi variabel Reliabilitas.

4. Perbedaan Berdasarkan Dimensi Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to specifications*)

Terdapat perbedaan presentase pada dimensi Kesesuaian dengan Spesifikasi yang ditunjukkan oleh sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX. Sepeda motor Yamaha Nmax memperoleh presentase sebesar 89,3% dan sepeda motor Honda memperoleh presentase sebesar 82,8%. Presentase Yamaha Nmax lebih tinggi sebesar 6,5% dibandingkan dengan presentase Honda PCX pada dimensi variabel Kesesuaian dengan Spesifikasi.

5. Perbedaan Berdasarkan Dimensi Daya Tahan (*Durability*)

Terdapat perbedaan presentase pada dimensi Daya Tahan (*Durability*) yang ditunjukkan oleh sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX. Sepeda motor Yamaha Nmax memperoleh presentase sebesar 71,8% dan sepeda motor Honda PCX memperoleh presentase sebesar 88,9%. Presentase Honda PCX jauh lebih tinggi sebesar 17,1% dibandingkan dengan presentase Yamaha Nmax pada dimensi variabel Daya Tahan (*Durability*).

6. Perbedaan Berdasarkan Dimensi Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*)

Terdapat perbedaan presentase pada dimensi Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*) yang ditunjukkan oleh sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX. Sepeda motor Yamaha Nmax memperoleh presentase sebesar 76,3% dan sepeda motor Honda PCX memperoleh presentase sebesar 80,7%. Presentase Honda PCX lebih tinggi sebesar 4,4% dibandingkan dengan presentase Yamaha Nmax pada dimensi variabel Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*).

7. Perbedaan Berdasarkan Dimensi Estetika (*Esthetic*)

Terdapat perbedaan presentase pada dimensi Estetika (*Esthetic*) yang ditunjukkan oleh sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX. Sepeda motor Yamaha Nmax memperoleh presentase sebesar 76,6% dan sepeda motor Honda PCX memperoleh presentase sebesar 86%. Presentase Honda PCX lebih tinggi sebesar 9,4% dibandingkan dengan presentase Yamaha Nmax pada dimensi variabel Estetika (*Esthetic*).

8. Perbedaan Berdasarkan Dimensi Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*)

Terdapat perbedaan presentase pada dimensi Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*) yang ditunjukkan oleh sepeda motor Yamaha Nmax dan Honda PCX. Sepeda motor Yamaha Nmax memperoleh presentase sebesar 79,8% dan sepeda motor Honda PCX memperoleh presentase sebesar 87,8%. Presentase Honda PCX lebih tinggi sebesar 8% dibandingkan dengan presentase Yamaha Nmax pada dimensi variabel Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*).

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk Sepeda Motor Yamaha Nmax menurut konsumen berada pada kategori baik. Dari delapan dimensi yang diteliti, dinyatakan bahwa dimensi dengan skor paling tinggi sekaigus merupakan kualitas paling bagus pada produk Sepeda Motor Yamaha Nmax adalah kesesuaian dengan spesifikasi. Seperti yang diketahui keunggulan ini didapat dari reputasi perusahaan dengan penjualan terbanyak motor skuter matik di tahun 2003. Sedangkan dimensi dengan skor paling rendah pada produk Sepeda Motor Yamaha Nmax adalah daya tahan, hal ini dikarenakan beberapa suku cadang Yamaha Nmax cepat rusak dan dapat menurunkan performa mesin.
2. Kualitas produk Sepeda Motor Honda PCX menurut konsumen berada pada kategori baik. Dari delapan dimensi yang diteliti, dinyatakan bahwa dimensi dengan skor paling tinggi sekaligus merupakan atribut paling bagus pada produk Sepeda Motor Honda PCX adalah daya tahan. Seperti yang diketahui Perusahaan Astra Honda Motor terkenal dengan motor dengan daya tahan yang handal dan mempunyai reputasi yang sangat baik dari konsumen. Sedangkan dimensi dengan skor paling rendah pada produk Sepeda Motor Honda PCX adalah reliabilitas. Sepeda Motor Honda PCX memiliki reliabilitas yang rendah dibanding Yamaha Nmax menurut penggunaannya.
3. Berdasarkan perhitungan statistika menggunakan bantuan *software* SPSS dengan pengujian Uji *independent T-test*, dinyatakan bahwa terdapat perbedaan kualitas produk sepeda motor Yamaha Nmax dengan Honda PCX. Pada pengujian untuk setiap dimensi, diperoleh kesimpulan bahwa dari delapan dimensi penelitian seluruhnya menyatakan terdapat perbedaan kualitas produk sepeda motor Yamaha Nmax dengan Honda PCX secara signifikan. Hal ini terjadi karena masing-masing produk mempunyai keunggulan yang menjadi ciri khas tersendiri bagi penggunaannya. Perhitungan rekapitulasi menyatakan terdapat perbedaan kualitas produk sepeda motor Yamaha Nmax dengan Honda PCX sebesar 2,9%. Dalam hal ini kualitas produk sepeda motor Honda PCX lebih bagus dibanding kualitas produk Yamaha Nmax. Keunggulan Sepeda Motor Yamaha Nmax terdapat pada dimensi Kinerja, Daya tahan, Kemampuan Pelayanan, Estetika, dan Persepsi Kualitas.

4.2 Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh, ada beberapa saran yang diajukan oleh penulis kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Saran bagi Perusahaan Sepeda Motor Yamaha Nmax
 - a. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa Yamaha Nmax unggul dalam kesesuaian dalam spesifikasi, maka perusahaan harus mempertahankan atau bahkan meningkatkan keunggulan pada dimensi kesesuaian dengan spesifikasi. Mempertahankan dan

- menjaga agar kesesuaian produk dengan spesifikasi tetap baik dapat menambah konsumen dan menjadikan keunikan produk itu sendiri bagi penggunaannya.
- b. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa Yamaha Nmax memiliki nilai rendah pada dimensi daya tahan, maka perusahaan seharusnya melakukan perbaikan dan berinovasi pada dimensi daya tahan, hal ini dilakukan agar dapat menjaga konsumennya tetap setia dan tidak memilih produk sepeda motor lain yang memiliki daya tahan yang jauh lebih baik.
2. Saran bagi Produsen Sepeda Motor Honda PCX
 - a. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa Honda PCX unggul dalam dimensi daya tahan dan persepsi kualitas, maka perusahaan harus mempertahankan pada dimensi tersebut, seperti yang diketahui keunggulan ini didapat dari tanggapan konsumen tetap yang merasa Sepeda Motor Honda PCX yang dimiliki jauh lebih memiliki daya tahan dibanding dengan sepeda motor lain. Selain itu Honda PCX adalah sepeda motor yang diproduksi oleh Perusahaan Astra Honda Motor, yang mempunyai *brand image* yang bagus menurut konsumen di Indonesia. Hal ini terbukti karena penjualan sepeda motor skuter matik terbanyak di Indonesia ada PT. Astra Honda Motor Indonesia. Mempertahankan dan menjaga keunggulan tersebut dilakukan untuk menambah lebih banyak konsumen dan memberikan keunikan atau ciri khas tersendiri bagi penggunaannya.
 - b. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa produk sepeda motor Honda PCX memiliki nilai rendah pada dimensi reliabilitas, maka perusahaan sebaiknya melakukan perbaikan dan berinovasi pada dimensi tersebut dengan memberikan produk sepeda motor yang memuaskan dengan jangka panjang yang lama agar tetap menjaga konsumen setianya tidak pindah atau memilih produk sepeda motor lain.
 3. Saran bagi peneliti selanjutnya
 Peneliti ini memiliki keterbatasan yang diharapkan dapat disempurnakan pada penelitian selanjutnya, adapun saran bagi penelitian selanjutnya yaitu:
 - a. Peneliti ini hanya menggunakan satu variable yaitu kualitas produk, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variable dependen dan independen yang diteliti seperti pengaruhnya terhadap keputusan pembeli, loyalitas konsumen, dan lain-lain.
 - b. Penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat meneliti jenis sepeda motor motor dan tipe merek yang lain yang tidak bias digunakan dalam penelitian ini.
 - c. Penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat memperluas ruang lingkup penelitian.

Daftar Pustaka

- [1] Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran Cetakan Pertama*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- [2] Abdurahman, M., Muhidin, S., & Ating, S. (2011). *Dasar-Dasar Metode Statistika untuk Penelitian Cetakan Pertama*. Bandung: Pustaka Setia.
- [3] Ackaradejuangsri, P. (2013). The Effect of Product Quality Attributes on Thai Consumers Buying Decision. *Ritsumeikan Journal of Asia Pasific Studies*
- [4] Alex, D., & Thomas, S. (2011). *Impact of Product Quality, Service Quality, and Contextual Experience on Customer Perceived Value and Future Buying Intentions*. *European Journal of Business and Management*.
- [5] Ginting, N. H. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya.
- [6] Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management Fourteenth Edition*. England: Pearson Education Limited.
- [7] Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing Fourteenth Edition*. England: Pearson Education Limited.
- [8] Nasehudin, T. S., & Gozali, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- [9] Saebani, B. A., & Nurjaman, K. (2013). *Manajemen Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- [10] Saputra, D., et al. (2014). *Effect of Product Quality, Promotion, and Brand Image on Purchase Decision of Nike Sport Shoes*. *Diponegoro Journal of Social and Politic*.

- [11] Senthikumar. (2012). *A Study on The Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty*. *Namex International Journal of Management Research* Volume 2 Issue Nomor 2.
- [12] Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- [13] Sugiyono.(2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- [14] Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- [15] Tjiptono, Fandy. 2009. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi.
- [16] Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- [17] Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Andi.
- [18] Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta Barat: PT. Indeks.
- [19] Zikmund, William G. et.al. 2013. *Customer Relationship Management: Integrating Marketing Strategy and Information Technology*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- [20] www.yamaha-motor.co.id/ diakses pada Januari 2018
- [21] www.astra-honda.com/ diakses pada Januari 2018
- [22] www.kemenperin.go.id/ diakses pada Januari 2018
- [23] www.gaikindo.or.id/ diakses pada Januari 2018
- [24] <https://otomotif.antaranews.com/berita/674249/persaingan-skuter-bongsor-2018-nmax-atau-pcx> diakses pada April 2018
- [25] <https://tirto.id/perbedaan-all-new-honda-pcx-150-dan-yamaha-nmax-155-abs-cBDj> diakses pada April 2018
- [26] <https://otomotif.kompas.com/read/2015/03/27/154546215/Adu.Fitur.dan.Kelengkapan.Honda.PCX-Yamaha.NMAX> diakses pada April 2018
- [27] <https://otomotif.kompas.com/read/2015/02/12/142904615/Menilik.Perbedaan.Yamaha.NMAX.dan.Honda.PCX> diakses pada April 2018
- [28] <http://kobayogas.com/2018/03/09/data-aisi-februari-2018-penjualan-yamaha-nmax-tak-terganggu-honda-pcx-150> diakses pada April 2018
- [29] <https://beritagar.id/artikel/otogen/membandingkan-yamaha-nmax-dan-honda-pcx> diakses pada April 2018