

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO  
M3 125 (STUDI KASUS PT SURYA PUTRA MOTOR DI KOTA BANDUNG TAHUN 2015)**

**Banu Suryo Utomo**

**S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Universitas Telkom**

**Email : [Banusurvo1@gmail.com](mailto:Banusurvo1@gmail.com)**

---

**Abstrak :** Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang di Kota Bandung. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat pengaruh kualitas produk Yamaha MIO M3 125 terhadap minat beli ulang konsumen di Kota Bandung dan seberapa besar pengaruh kualitas produk yang dibangun melalui delapan dimensi kualitas yaitu kinerja produk, keunikan produk, kehandalan produk, kesesuaian produk, daya tahan produk, kemudahan perawatan dan perbaikan produk, estetika, yang dirasakan terhadap minat beli ulang konsumen Yamaha MIO M3 125.

Jenis penelitian dan teknik analisis yang digunakan adalah metode deskripsi analisis dan metode verifikatif analisis. Metode deskriptif analisis yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, memaparkan tentang ciri-ciri variabel (kualitas produk dan minat beli ulang konsumen) secara simultan menggunakan analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang dengan koefisien determinasi sebesar 0,573 yang artinya variabel tersebut memberikan pengaruh terhadap minat beli ulang sebesar 57,3%, adapun sebesar 42,7% sisanya disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar kedua variabel tersebut yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini Secara parsial dari penelitian yang dilakukan penulis di PT Surya Putra Motor Kota Bandung dari variabel bebas yang diuji yakni Kualitas Produk. Salah satu dimensi kualitas produk yang paling berpengaruh besar terhadap minat beli ulang adalah dimensi estetika sehingga Yamaha harus selalu meningkatkan desain produk dan pilihan warna yang dimiliki dalam produknya.

**Kata Kunci : kualitas produk, minat beli ulang**

---

**Abstract:** This study investigated the effect of product quality to re buying interest in Bandung. This study aimed to determine the level of influence product quality Yamaha MIO 125 M3 towards buying interest re-consumers in Bandung and how much influence the quality of products that are built through eight dimensions of quality of product performance, the uniqueness of the product, product reliability, product suitability, durability of the product, ease of maintenance and repair products, aesthetics, perceived on consumer buying interest re Yamaha MIO 125 M3.

This type of research and analysis techniques used is a method of analysis and description of the verification method of analysis. Descriptive analysis method is a method of research that aims to describe, explain about the characteristics of the variable (product quality and consumer buying interest re) simultaneously using a simple regression analysis.

These results indicate the quality of the product has a significant influence on the interest Buy Repeat with determination coefficient of 0.573 which means that these variables impact the buying interest re amounted to 57.3%, while 42.7% were caused by other variables outside the two variables those who are not involved in this study Partially author of the research conducted at PT Surya Putra Motor Bandung of independent variables tested the Product Quality. One dimension of the quality of the products most greatly affect the buying interest re is an aesthetic dimension that Yamaha must always improve product design and choice of colors that have in their products.

**Keywords: product quality, repurchase intention**

---

## **1. Pendahuluan**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT YIMM) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan dan perakitan sepeda motor (*motor cycle*) dengan merk YAMAHA serta pengadaan onderdilnya (*spare parts*).

Mengingat perkembangan teknologi yang makin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Menurut Kotler (2002:34), dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan

ekonomi dan semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi membawa peluang besar bagi perusahaan otomotif terutama di bidang sepeda motor.

Salah satu merek yang sampai saat ini terus berinovasi dan digemari oleh sebagian masyarakat adalah merek Yamaha. Yamaha menciptakan inovasi-inovasi baru sepeda motor yang disesuaikan dengan perkembangan jaman dan keinginan konsumen. Salah satu produk yang ditawarkan oleh Yamaha yang sarat dengan inovasi dan teknologi adalah Yamaha Matic. Fitur tambahan yang berbeda dari motor sejenis yang lain adalah dengan adanya smart brake lock system, fitur ini berfungsi untuk mengunci tuas rem belakang juga untuk membatasi mesin agar tidak dapat berputar melebihi 2000 rpm, sehingga mencegah keausan/kerusakan komponen mesin terutama kopling. Penggabungan teknologi tersebut bertujuan untuk menciptakan sepeda motor generasi baru yang aman, nyaman dan lincah untuk digunakan di daerah perkotaan yang dominan dengan kemacetan (sumber: PT YIMM, 2014).

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

PT. Yamaha Motor terus mengembangkan produk sepeda motor matik karena pertumbuhan permintaan sepeda motor terus meningkat dari tahun ke tahun, minat masyarakat terhadap sepeda motor matic makin tinggi, sehingga PT Yamaha Motor terus mengembangkan teknologi sepeda motor matic untuk memenuhi permintaan sepeda motor tersebut.

Alasan peneliti mengambil varian MIO M3 125 sebagai objek penelitian karena pada Desember 2014 tercatat total penjualan matic Yamaha naik sebesar 60% dari bulan sebelumnya sebesar 102.235 unit terjual dimana 54.209 unit merupakan penjualan MIO M3 125 yang baru dipasarkan sebulan. (otosia, 2014). Sementara itu alasan peneliti meneliti Kota Bandung sebagai tempat melakukan objek penelitian karena Kota Bandung merupakan penjualan MIO M3 125 terbesar se-Jawa Barat yaitu diantara penjualan 549 unit MIO M3 125 pada tanggal 9 sampai 12 Desember Kota Bandung menyumbang 43% atau 249 unit penjualan. (pertamax7, 2014)

Namun, disamping larisnya penjualan MIO M3 125 tersebut belum bisa menguasai market share penjualan matic di Indonesia. Berdasarkan data market share matic all brand tahun 2006-2013, Yamaha Matic sebagai pelopor sepeda motor matik di Indonesia pada tahun 2005 dengan penjualan 151.560 unit dan selama tahun 2005 sampai tahun 2009 Yamaha menarik minat konsumen Indonesia untuk menggunakan Yamaha Matic. Hal tersebut mengindikasikan bahwa market leader sepeda motor matik selama tahun 2005 sampai 2009 dipegang oleh Yamaha. Namun, mulai tahun 2010 dengan meningkatnya persaingan di industri sepeda motor matik, market share Yamaha terus disusul oleh kompetitor yaitu Honda yang memegang posisi market leader untuk tipe sepeda motor Matik pada tahun 2010. Mulai dari tahun 2010 sampai 2013, penjualan Yamaha Matic dari tidak mampu bersaing dengan Honda. Hal ini ditunjukkan dengan penurunan penjualan mencapai 1.688.896 unit pada tahun 2013 atau lebih rendah dengan penjualan Honda yang mencapai 2.825.572 unit. (AISII, 2013)

Selama tahun 2014 sampai sekarang, Yamaha berusaha mendapatkan kembali posisi market leader atau meningkatkan penjualan Yamaha Matic dengan meningkatkan kualitas produk yang dilakukan Yamaha yaitu menghadirkan varian produk terbaru pada Desember 2014 yaitu Yamaha MIO M3 125, dimana MIO M3 125 adalah sepeda motor yang menjawab segala keinginan konsumen Yamaha dalam hal performa, kenyamanan dan harga yang terjangkau. Namun penjualan Yamaha Matic mengalami penurunan. Oleh sebab itu penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian di daerah Bandung dengan judul: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha MIO M3 125 PT Surya Putra Motor Kota Bandung Tahun 2015.

## 2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu penelitian menurut tingkat explanasi (*level of explanation*). Menurut Sugiyono (2008:10), jenis penelitian menurut tingkat explanasi adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskripsi analisis dan metode verifikasi analisis. Metode deskriptif analisis yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, memaparkan tentang ciri-ciri variabel (kualitas produk dan minat beli ulang konsumen) sedangkan metode verifikasi analisis yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan perhitungan statistik (Nazir, 1999:63,68).

Variabel independen (variabel bebas) dari penelitian ini adalah kualitas produk X, sedangkan variabel dependen (variabel terikat) dari penelitian ini adalah minat beli ulang konsumen atau variabel Y. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2010:82) khususnya metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010:85). Menurut Sekaran (2006:136), *purposive sampling* memiliki dua tipe antara lain *judgment sampling* dan *quota sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan tipe *judgment sampling* yaitu pengambilan sampel melibatkan pemilihan subjek yang berada di tempat yang paling menguntungkan atau dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang diperlukan (Sekaran, 2006:137). Oleh karena itu sampel yang dipilih adalah orang yang datang ke dealer dan akan membeli sepeda motor MIO M3 125, sehingga diperoleh 98 responden.

Data dikumpulkan menggunakan kuisioner dan observasi dengan menggunakan skala likert dimana terdapat kriteria yang terdiri dari sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju yang secara berturut-turut diberi skor 4, 3, 2, 1.

Selain itu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui menguji tingkat validitas dan reliabilitas item dari kuisioner yang diajukan pada responden, dengan menggunakan metode *pre test* terhadap 30 responden. Uji validitas menggunakan rumus korelasi *product moment* dari Karl Pearson dengan nilai r tabel 0,349. Uji reliabilitas kuisioner dalam penelitian ini digunakan metode “belah dua”, dengan nilai r tabel 0,349.

Dari uji *pre test* didapat hasil bahwa tiap item kuisioner dinyatakan valid dan reliable. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis linear regresi sederhana.

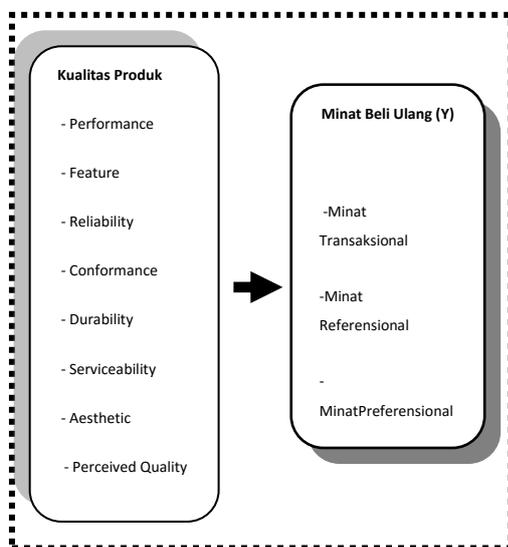
## 2.1 Kerangka Pemikiran

Kualitas produk mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi konsumen (Tjiptono, 2008:67). Kualitas suatu produk ditentukan beberapa dimensi yang terdiri dari delapan macam yaitu , performance, feature, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetic, perceived quality (Garvin:1998). Delapan dimensi tersebut akan digunakan peneliti sebagai indikator variable kualitas produk yang akan diteliti dalam hal ini adalah produk sepeda motor Yamaha MIO M3 125. Menurut Thamrin (2003) dalam Abror Aflah Amador (2012:22), menyebutkan bahwa minat beli ulang (repurchase intention) merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Sedangkan menurut Cronin (1992) dalam Abror Aflah Amador (2012), minat beli ulang merupakan bagian dari perilaku konsumen dimana konsumen merespon positif terhadap kualitas produk/jasa dari suatu produk dan berniat mengkonsumsi kembali produk tersebut. Terdapat empat indikator minat beli ulang yaitu, minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif. Namun peneliti hanya maenggunakan tiga dari empat indikator untuk menyesuaikan penelitian ini, tiga indikator minat beli tersebut dijadikan oleh peneliti sebagai indikator variabel minat beli ulang.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut di atas, maka paradigma konseptual dapat dikemukakan sebagai Gambar 2.1 berikut

Gambar 2.1

Kerangka Penelitian



## 3. Pembahasan

Dalam hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat empat kategori karakteristik responden yang terdiri dari usia, status perkawinan, dan jenis kelamin. Terdapat pula hasil analisis deskriptif dimana dilakukan penelitian terhadap tanggapan responden terhadap delapan dimensi variabel (X) Kualitas Produk yang terdiri dari performa, fitur, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, kemudahan perawatan dan perbaikan, estetika, dan hal/efek yang dirasakan.. Dari hasil penelitian analisis deskriptif didapatkan bobot rata-rata variabel Kualitas Produk (X) adalah sebesar 576 dengan rata-rata presentase sebesar 78,62%. Bobot ini berada pada rentang presentase 62,5%-81.25% dengan kategori Baik. Artinya Kualitas Produk yang Sepeda motor Yamaha MIO M3 125 dinilai baik oleh responden dalam hal ini konsumen PT Surya Putra Motor Kota Bandung. Selain itu indikator yang memiliki nilai pembobotan paling tinggi adalah indikator Estetika yang mempunyai persentasi paling besar yaitu 84,31%, sedangkan indikator yang memiliki pembobotan paling rendah yaitu indikator Durabilitas dengan presentasi sebesar 70,28%. Sedangkan hasil analisis deskriptif terhadap variabel (Y) Minat Beli Ulang yang terdiri dari tiga dimensi yaitu minat transaksional, minat referensial dan minat preferensial, terlihat bahwa

Bobot presentase rata-rata skor kumulatif variabel minat beli ulang (Y) adalah sebesar 75,93% dengan kategori baik. Artinya minat beli ulang konsumen PT Surya Putra Motor Kota Bandung berada dalam kondisi baik, selain itu indikator yang mempunyai nilai pembobotan yang paling tinggi adalah indikator Minat Transaksional yang mempunyai persentasi paling besar yaitu 81,6%.

Dalam regresi sederhana untuk uji koefisien determinasi didapatkan hasil bahwa nilai  $r^2$  sebesar 0,573 Hal ini berarti bahwa adanya pengaruh variabel (X) kualitas produk sebesar 57,3% terhadap minat beli ulang, sedangkan sisanya ( $100\% - 57,3 = 42,7\%$ ) mungkin dipengaruhi oleh faktor lain seperti *brand image* dan harga.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X) nilai bobot rata-rata adalah sebesar 576. Bobot ini berada pada rentang Persentase Skor Kumulatif 78,62% dengan kriteria baik. Artinya Kualitas Produk yang Sepeda motor Yamaha MIO M3 125 dinilai baik oleh responden dalam hal ini konsumen PT Surya Putra Motor Kota Bandung. Selain itu indikator yang memiliki nilai pembobotan paling tinggi adalah indikator *aesthetic* yang mempunyai persentasi paling besar yaitu 84,31%, sedangkan indikator yang memiliki pembobotan paling rendah yaitu indikator *Durability* dengan presentasi sebesar 70,28%, namun demikian penjualan produk Yamaha MIO M3 125 mengalami penurunan penjualan, hal tersebut dikarenakan terdapat beberapa faktor yang jadi penyebab penurunan penjualan di wilayah Jabar. "Pertama kenaikan harga bahan bakar merupakan pemicu utama penyebab penurunan penjualan, dan faktor lainnya adalah faktor pesaing yang lebih inovatif dalam menciptakan produk yang serupa.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat kita lihat rangkuman tiga item pernyataan variabel minat beli ulang (Y) yang di kembangkan dari tiga indikator. Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa bobot persentase skor kumulatif variabel minat beli ulang (Y) adalah sebesar 75,93% dengan kategori baik. Artinya minat beli ulang konsumen PT Surya Putra Motor Kota Bandung berada dalam kondisi baik, selain itu indikator yang mempunyai nilai pembobotan yang paling tinggi adalah indikator Minat Transaksional yang mempunyai persentasi paling besar yaitu 81,6%..
3. Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang dengan koefisien determinasi sebesar 0,573 yang artinya variabel tersebut memberikan pengaruh terhadap Minat Beli Ulang sebesar 57,3%, adapun sebesar 42,7% sisanya disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar variabel kualitas produk

##### 4.2 Saran

###### a. Bagi Yamaha PT. Surya Putra Motor

Untuk meningkatkan Minat Beli Ulang hendaknya PT Surya Putra Motor Kota Bandung hendaknya memperbaiki item kualitas produk garansi mesin lima tahun karena memiliki bobot yang paling rendah dibandingkan empat belas item kualitas produk lainnya dan berikut adalah saran dari penulis untuk memperbaiki item tersebut :

1. Untuk memperbaiki indeks kualitas garansi mesin hendaknya Yamaha harus lebih mempublikasikan lagi indeks ini melalui iklan di media cetak dan elektronik agar para calon konsumen yang ingin membeli produk Yamaha lebih mengetahui lagi bahwa kualitas garansi yang diberikan Yamaha lebih baik dibandingkan kompetitor lainnya.

Selanjutnya dari variabel minat beli ulang Yamaha mempunyai kekurangan dalam item minat beli preferensial dibandingkan dua item minat beli lainnya dan berikut adalah saran penulis untuk memperbaiki item tersebut :

1. Yamaha hendaknya lebih meningkatkan lagi tingkat kualitas produknya agar produk Yamaha menjadi preferensi utama atau prioritas utama bagi para konsumennya untuk membeli ulang produk Yamaha.
2. Yamaha harus lebih menjaga keberlangsungan kualitas produk di mata konsumennya supaya tingkat kepuasan konsumen Yamaha dapat lebih melekat di pikiran konsumennya untuk membeli ulang lagi produk-produknya.

###### b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya dilakukan di PT. Surya Putra Motor Kencana maka perlu adanya penelitian lanjutan tentang pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang di perusahaan lain. Mengingat adanya perbedaan situasi dan kondisi di setiap perusahaan sehingga hal tersebut mungkin terdapat pengaruh. Penelitian yang dilakukan sekarang ini memang terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen, namun dengan mengganti dan menambah variabel-variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini bisa saja dilakukan sehingga mungkin didapatkan hasil yang berbeda pula

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abror, S.E. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Sikap Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang*. (Skripsi). Tersedia di Database penelitian Universitas Diponegoro. (Nomor C2A006002)
- Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia. (2013) *Statistik Penjualan Motor*. Dipetik September, 2014, 16 dari [www.aisi.or.id](http://www.aisi.or.id) : [www.aisi.or.id/statistic/](http://www.aisi.or.id/statistic/)
- Garvin, David A. (1998). *Managing Quality*. New York: The Free Press
- Irfan (2015, 10 Februari). Yamaha Mio M3 125 bulan pertama jadi matic terlaris laku 54.209 unit, Penjualan Yamaha Desember 2014 naik. *Pertamax7*, halaman 1. Tersedia: <http://pertamax7.com/2015/01/13/wuih-yamaha-mio-m3-125-bulan-pertama-jadi-matic-terlaris-laku-54-209-unit-penjualan-yamaha-desember-2014-naik/>
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller.(2012). *Principles of Marketing* (14th Edition). London: Pearson Education
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller.(2009). *Principles of Marketing* (13th Edition). London: Pearson Education
- kpl/nzr/rd (2015, 13 Januari). Berkat Mio M3 Penjualan Matic Yamaha Laris *otosia* halaman 1. Tersedia : <http://www.otosia.com/berita/berkat-mio-m3-penjualan-matic-yamaha-laris.html>
- Schiffman, Leon G. & Leslie L. Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7), Jakarta : Indeks
- Sugiyono. (2012). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2011). *Motodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Cetakan ke 14). Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_.(2008). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sekaran, Uma (2011). *Research Methods for Business Jilid 2* (Edisi 4), Jakarta: Salemba Empat
- \_\_\_\_\_, Uma. (2006). *Research Methods For Business*. (Buku 2 – Edisi 4). Jakarta: Salemba Empat 91
- Ferdinand, Augusty, (2002), *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.