

ANALISIS KUALITAS PRODUK, DESAIN DAN CITRA MEREK TERHADAP  
PERSPEKTIF KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO

Dewi Avianti<sup>1</sup>, Nurhayati<sup>2</sup>)

**ABSTRACT**

*The number of automotive companies in Indonesia, especially motorcycles, will make consumers more selective in determining the choice of motorcycle brands that they will use as a means of transportation. There will be many considerations made by consumers before making choices to buy a product, for example, product quality, design and brand image. This study aims to determine the effect of product quality, design and brand image on Honda Vario purchasing decisions on students of the University of Muhammadiyah Semarang. In this study quantitative research methods are used by collecting data using a questionnaire that uses a Likert Scale. The population in this study were Unimus students who used Honda Vario motorcycles. The sampling technique is purposive sampling with a sample of 73 respondents. The analytical method used in this study is multiple regression analysis with the results of  $Y = -1,686 + 0,186 X_1 + 0,364 X_2 + 0,448 X_3$ . In testing the hypothesis in the correlation test shows each independent variable has a positive and significant correlation relationship to the dependent variable and is included in a very strong correlation. The t-test results show that the variables Product Quality, Design, and Brand Image have a positive and significant influence on the Purchasing Decisions variable and the results of the F-test show that the variables Product Quality, Design, and Brand Image together have a positive and significant effect influence on the Purchasing Decisions variable.*

**Keywords:** *Product Quality, Design, Brand Image and Purchasing Decisions*

## ABSTRAK

Banyaknya perusahaan otomotif yang ada di Indonesia khususnya sepeda motor akan membuat konsumen lebih selektif dalam menentukan pilihan merek sepeda motor yang akan mereka gunakan sebagai alat transportasi. Akan ada banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum menentukan pilihan untuk membeli suatu produk misalnya, kualitas produk, desain dan citra merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain dan citra merek terhadap keputusan pembelian Honda Vario pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang menggunakan *Skala Likert*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Unimus yang menggunakan motor Honda Vario. Teknik pengambilan sampel yaitu *Purposive Sampling* dengan sampel sebesar 73 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan hasil  $Y = -1,686 + 0,186 X_1 + 0,364 X_2 + 0,448 X_3$ . Dalam pengujian hipotesis pada uji korelasi menunjukkan masing-masing variabel independen memiliki hubungan korelasi positif dan signifikan terhadap variabel dependen serta termasuk dalam korelasi yang sangat kuat. Hasil uji – t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Desain, Citra Merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Perspektif Keputusan Pembelian. dan dalam hasil uji – F menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Desain, Citra Merek secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Perspektif Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Desain, Citra Merek dan Perspektif Keputusan Pembelian.**

## PENDAHULUAN

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memutuskan pembelian, termasuk kehidupan masyarakat modern saat ini yang ikut serta mempengaruhi pola perilaku masyarakat. Transportasi umum yang dianggap kurang memadai membuat masyarakat Indonesia menggunakan

kendaraan pribadi. Dilihat dari masyarakat Indonesia yang konsumtif, menjadikan barang-barang otomotif seperti sepeda motor termasuk barang konsumtif. Dengan ini perusahaan otomotif masuk di pasar Indonesia dan merek baru bermunculan di pasar.

Meningkatkan kualitas produk, desain yang inovatif serta citra merek di mata masyarakat adalah beberapa

faktor yang dapat mempengaruhi konsumen menentukan pilihan produk. Banyak produk yang diciptakan dengan berbagai macam jenis, inovasi serta mutu yang semakin baik, dimana keseluruhan tersebut digunakan untuk menarik minat konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 272) kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasaran. Dalam mengembangkan sebuah produk, mula-mula pemasaran harus memilih tingkatan kualitas yang akan mendukung positioning produk. Kotler dan Keller (2009:10), desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan akan berpengaruh besar terhadap perilaku konsumen. Untuk itu sebuah perusahaan harus mampu mengembangkan produk dengan merancang dan membuat produk menjadi lebih inovatif serta kualitas dan mutu yang terjamin (Pranata, Yefta Aditya, 2015). Menurut Tjiptono

(2003:27) merek merupakan nama, istilah, tanda, simbol/logo atau desain, warna, gerak atau kombinasi atribut – atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan idenditas dan diferensiasi terhadap produk pesaing. ( Soewito, Yudhi, 2013).

Marketing Region Head Astra Motor Jateng, Budi Hartanto menilai meningkatnya penjualan sepeda motor Honda tak terlepas dari hadirnya bebrapa produk serta desain baru. Dengan kondisi seperti ini, masyarakat semakin memiliki banyak pilihan sesuai dengan tren dan kebutuhan. Meskipun minat masyarakat terhadap Honda Beat masih sangat tinggi yakni pada angka 218.363 unit, namun Honda Vario *series* juga tetap menjadi pilihan masyarakat Jawa Tengah dengan perminta yang mencapai 186.327 unit (Semarangpos.com).

Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Semarang yang menggunakan motor Honda Vario. Alasan dalam pemilihan objek ini yaitu



































