

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SEPEDA MOTOR SPORT YAMAHA YZF-R25 DI KOTA CILEGON

Wijaya, Hartadi

Program Studi Teknik Industri Universitas Banten Jaya

Jl. Ciwaru Raya, Cipare, kec. Serang, Kota Serang, Banten 42117

E-mail: wijayahartadi@gmail.com

ABSTRAK

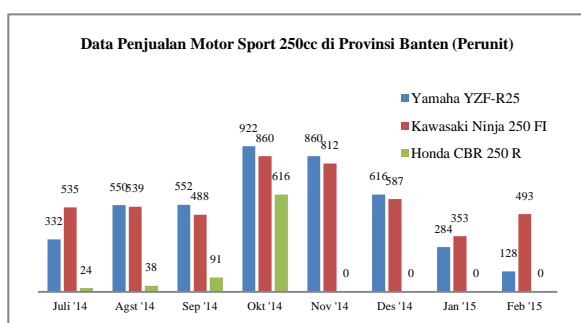
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Yamaha YZF-R25 di Kota Cilegon. Penelitian ini adalah descriptive-kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Banten yang menggunakan sepeda motor merek Yamaha YZF-R25. Menggunakan teknik aksidental sampling, jumlah sampel yang didapatkan adalah 100 responden dengan penelitian utama memberikan kuesioner ke responden yang ditemui secara langsung. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas produk dan citra merek memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan. Kualitas produk yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen. Peneliti menyarankan pada perusahaan dengan memberikan perhatian lebih pada daya saing harga dengan memberikan diskon dan perusahaan perlu memperhatikan dimensi dari kinerja (irit bahan bakam dan mesin tahan panas) dan perusahaan memberikan perhatian pada pengenalan ke pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Presepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya jumlah penduduk di Indonesia pada umumnya dan di Propinsi Banten pada khususnya, serta kondisi geografis wilayah yang ada di Indonesia maka industri otomotif kendaraan roda dua memiliki potensi pasar yang sangat menjanjikan. Bila dilihat dari pendapatan per kapita masyarakat Banten serta mobilitas transportasi masyarakat yang cukup tinggi maka kepemilikan kendaraan bermotor roda dua menjadi suatu kebutuhan utama yang terjangkau bagi solusi transportasi mereka.

Perusahaan-perusahaan yang bergerak pada bidang sepeda motor pun semakin lama semakin banyak, mulai dari Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, dan bahkan sekarang ada TVS, Kanzen serta sepeda motor buatan Cina yang lain. Hal ini membawa dampak positif bagi konsumen, karena mereka menjadi lebih selektif dalam memilih sepeda motor mana yang cocok bagi mereka. Masing-masing perusahaan sepeda motor memiliki strategi tersendiri dalam upaya menarik konsumen agar tetap mempertahankan eksistensi perusahaan tersebut mulai dari strategi harga, promosi, bahkan kualitas produk yang bagus. Untuk menjadi "Selalu Terdepan", Yamaha berusaha harus unggul dalam kompetisi produk, kualitas kendaraan, serta kualitas pelayanan. Sehingga citra Yamaha sebagai motor yang nyaman dikendarai dan memberi perasaan bangga dapat terbentuk. Yamaha ingin menjadi merek yang paling disukai oleh pelanggan dan menjadi pilihan bagi para pelanggan sepeda motor. Berikut ini adalah data penjualan motor sport 250cc.



Gambar 1. Data Penjualan Motor Sport 250cc di Provinsi Banten (Perunit)

Kehadiran Yamaha YZF-R25 memang menjadi sebuah fenomena baru, ditengah berkembangnya potensi pasar sportbike 250cc. Sejak kelahirannya bulan Mei 2014, R25 terus menunjukkan grafik penjualan yang positif hingga menembus 992 unit di bulan Oktober. Bahkan, R25 mampu menyaingi angka penjualan sang pemegang tahta sportbike 250cc sebelumnya, Kawasaki Ninja 250 FI, hanya dalam waktu beberapa bulan saja.

Dengan diperoleh data tersebut menunjukan bahwa Yamaha YZF-R25 harus bisa memperbaiki

hal-hal yang menjadi keluhan pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan Yamaha YZF-R25. Berdasarkan latar belakang beberapa teori, penelitian terdahulu dan fenomena masalah yang ada, maka dilakukan penelitian yang berguna untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan atas sepeda motor merek Yamaha YZF-R25 di Kota Cilegon.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yaitu peneliti berusaha untuk menemukan pengaruh langsung dari variabel bebas, yaitu pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor sport Yamaha YZF-R25 yang merupakan hubungan kausalitas. Desain penelitiannya meliputi : populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, metode pengumpulan data, validitas dan reliabilitas dan analisis data. Sumber data penelitian ini adalah data primer, maka dapat dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada Masyarakat di kota Cilegon yang menggunakan Yamaha YZF-R25.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer. Dalam hal ini data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara dan penyebaran kuesioner kepada masyarakat kota Cilegon yang menggunakan Yamaha ZF-R25. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari SAMSAT Banten dan berbagai sumber bacaan, diantaranya adalah buku, jurnal, Koran dan media informasi lainnya.

Dalam penelitian ini populasi penelitian adalah para pengguna sepeda motor Yamaha YZF-R25 di Provinsi Banten yang berjumlah 4244 orang.

Dalam menentukan jumlah ukuran sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1+N \cdot e^2} \tag{1}$$

dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di toleransi.

Konstanta (0.1 atau 10%)

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{4244}{1+4244 \times (0,1)^2}$$

$$n = 97,70 = 98 \text{ responden}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh setelah data diolah dengan bantuan program SPSS disajikan dalam Tabel berikut ini:

Tabel 1. Pengaruh Variabel Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Motor Yamaha YZF-R25 di Cilegon, 2015

Variabel	Koefisien	t hitung	Sig.
(Constanta)	0,404	1,593	0,115
Persepsi Harga	0,306	2,081	0,040
Kualitas Produk	0,314	2,107	0,038
Citra Merek	0,276	3,042	0,003
R ²	0,645		
F hitung	60,913		0,000

Sumber : Data Hasil Penelitian, 2015 (diolah)

Berdasarkan Tabel 5.5 diatas maka model persamaan linearnya adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,404 + 0,306 X1 + 0,314 X2 + 0,276 X3 \quad (2)$$

Dari persamaan di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Konstanta $\alpha = 0,404$, artinya jika harga, kualitas produk dan citra merek nilainya adalah nol, maka kepuasan konsumen (Y) nilainya positif sebesar 40,4%.
- Koefisien $\beta_1 = 0,306$, artinya variabel harga (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 30,6% dengan signifikan 0,040. Berdasarkan koefisien regresi dapat dikatakan bahwa semakin meningkat harga maka kepuasan konsumen semakin meningkat.
- Koefisien $\beta_2 = 0,314$, artinya variabel kualitas produk (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 31,4% dengan signifikan 0,038. Berdasarkan koefisien regresi dapat dikatakan bahwa semakin meningkat kualitas produk maka kepuasan konsumen semakin meningkat.
- Koefisien $\beta_3 = 0,276$, artinya variabel citra merek (X3) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 27,6% dengan signifikan 0,03. Berdasarkan koefisien regresi dapat dikatakan bahwa semakin meningkat citra merek maka kepuasan konsumen semakin meningkat.

Hasil analisis determinasi (*Adjusted R square*) yang diperoleh setelah data diolah di peroleh nilai angka *adjusted R Square (adjusted R²)* sebesar 64,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen yang digunakan dalam model (persepsi harga, kualitas produk dan citra merek) mampu menjelaskan sebesar 64,5% variasi variabel kepuasan pelanggan, dan sisanya sebesar (100%-64,5% = 35,5%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hasil uji F yang diperoleh setelah data diolah, pada taraf signifikansi 5% diperoleh F_{hitung} sebesar 60,913 dan signifikansi 0,000. Sementara F_{Tabel} dilihat pada taraf signifikansi 5% dengan df pembilang (k-1) dan df penyebut (n-k) maka di peroleh $F_{Tabel} = 2,71$. Oleh karena $F_{hitung} > F_{Tabel}$ (60,913 > 2,71) dan signifikansi 0,000 < 0,005, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya bahwa harga, kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan motor Yamaha YZF-R25 di kota Cilegon dan signifikan.

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. Hasil olah data adalah sebagai berikut dari Uji t di atas adalah sebagai berikut:

- $t_{hitung} > t_{Tabel}$ (2,081 > 1,661), maka H_0 ditolak, artinya bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t hitung positif, artinya bahwa semakin meningkat penilaian tentang harga maka semakin meningkat kepuasan pelanggan (pengaruh positif). Variabel harga memiliki nilai p-value 0,04 < 0,05 artinya signifikan.
- $t_{hitung} > t_{Tabel}$ (2,107 > 1,661), maka H_0 ditolak, artinya bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t hitung positif, artinya bahwa semakin meningkat kualitas produk maka semakin meningkat kepuasan pelanggan (pengaruh positif). Variabel kualitas produk memiliki nilai p-value 0,038 < 0,05 artinya signifikan.
- $t_{hitung} > t_{Tabel}$ (3,042 > 1,661), maka H_0 ditolak, artinya bahwa citra merek secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t hitung positif, artinya bahwa semakin meningkat citra merek maka semakin meningkat kepuasan pelanggan (pengaruh positif). Variabel citra merek memiliki nilai p-value 0,03 < 0,05 artinya signifikan.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka pembahasan hasil penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

- Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Adanya pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin baik persepsi harga Yamaha YZF-R25 maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen Yamaha YZF-R25. Dari hasil penelitian, rata-rata responden menyatakan bahwa harga Yamaha YZF-R25 dibanding dengan kualitas produknya sehingga bagi yang membeli kendaraan itu tentunya tidak akan menyesal memilih Yamaha YZF-R25. Selain itu harga Yamaha YZF-R25 dinilai mampu bersaing dengan harga kendaraan sejenis dari merek lainnya yaitu dengan memberikan diskon pembelian motor YZF-R25 dan potongan harga untuk pembayaran lebih cepat, sehingga setidaknya jauh dari kesan murahan. Persepsi harga yang baik sebagaimana dikemukakan di atas selanjutnya dapat menjadikan pelanggan merasa puas dengan produk Yamaha YZF-R25. Pengaruh positif yang ditunjukkan oleh variabel persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian ini mendukung temuan Dapkevicus (2009), hasil penelitiannya menyebutkan dengan melalui pendekatan neuromarketing bahwa persepsi harga dan kualitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- b. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
Hasil analisis dapat diketahui bahwa variabel performance (kinerja) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk sepeda motor Yamaha YZF-R25. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa selama ini kualitas sepeda motor dalam hal ini yaitu mengenai Memiliki mesin tahan panas, menggunakan teknologi injektion dan memiliki kecepatan stabil memberikan dukungan dalam upaya untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kenyataan itu menunjukkan bahwa apabila perusahaan memperhatikan atas performance (kinerja) dari produk yang ditawarkan kepada konsumen maka upaya untuk menciptakan kepuasan dapat secara maksimal dilakukan oleh perusahaan. Pengaruh positif yang ditunjukkan variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan mendukung temuan Jahanshahi et. al (2011), hasilnya bahwa ada korelasi positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan

- c. Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan

Peningkatan kepuasan pelanggan pada dimensi citra merek prioritas yang harus dilakukan adalah dengan cara lebih mengenalkan merek Yamaha YZF-R25 atau promosi kepada masyarakat dengan cara membuat iklan di berbagai media cetak, televisi serta radio. Selain itu dengan penjualan tatap muka (*personal selling*) yaitu bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli untuk merangsang pembelian motor Yamaha YZF-R25. Adanya masyarakat yang mengenal merek Yamaha dengan respon yang positif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pengaruh positif yang ditunjukkan variabel citra merek terhadap kepuasan pelanggan mendukung temuan Rahmawaty et. al (2011), hasilnya menunjukkan citra merek dan kualitas produk mempengaruhi secara langsung terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data pada Bab V diatas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Yamaha YZF-R25 di Kota Cilegon.
2. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Yamaha YZF-R25 di Kota Cilegon.
3. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Yamaha YZF-R25 di Kota Cilegon.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M. 2002. *Effect of Supplier's Marketing Program Variables on Industrial Buyer's Relationship Satisfaction and Commitment*. *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol 17 No 7, pp. 637-651.
- Akbar, W.M. 2013. *Analisis pengaruh produk, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan motor Honda*. Jakarta
- Alama B, H. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung
- Aritonang R.L. 2005. *Kepuasan Pelanggan : Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Arif, S. 1993. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. UI Press. Jakarta.
- Assauri, S. 2002. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Beladin, M.I., dan Dwiyanto, B.M. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Merek Yamaha Dari Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang)*. *Diponegoro Journal Of Management*. Volume 2, Nomor2, Tahun 2013, pp. 1-10
- Dapkeviscius, A dan Borisas Meinikas. *Influence of Price and Quality to Customer Satisfaction: Neuromarketing Approach*. *Journal Vilniaus Gedimino Technikos University*. Volume 1, No 3 pp. 17-20
- Dib, Hayan dan Al-Msallam, S. 2015. *The effect of the determinants of customer satisfaction on brand loyalty*. *Journal of Research in Business and Management*. Volume 3 Issue 3 (2015) pp. 01-12
- Ehsani, Z dan Mohammad Hossein. 2014. *Effect of Quality and Price on Customer Satisfaction and Commitment in Iran Auto Industry*. *International Journal of Service Science, Management and Engineering*. Volume 1 No 5, pp. 52-56
- Firmansyah, Ade Bagus. 2008. *Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Telkomsel Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)*, Skripsi, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Malang.
- Fuad, Noor. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritel (Studi Kasus Toko Amin Jaya Jepara)*. Skripsi Fakultas Ekonomi UNDIP. Semarang
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Handayani T, Apriatni EP dan Nursetro S. 2014. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Produk Motor Matic Yamaha Soul GT pada PT.Yamaha Mataram Sakti Setiabudi Semarang*. Jurnal ilmu administrasi bisnis. Volume 3, Nomor 4, Tahun 2014 pp. 1-13
- Jahanshahi, A.A., Gashti, M.A.H., Mirdamadi, S.A, Nawaser, K. 2011. *Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty*. *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 1 No. 7; [Special Issue – June 2011] pp.1-8
- Justin B., Ryan F., Tamsin G., dan Melissa M. 2013. *The influence of perceived product quality, relative price and risk on customer value and willingness to buy: a study of private label merchandise*. *Journal of Product & Brand Management*. Volume 22 · Number 3 · 2013 pp. 218–228
- Khuong, M., dan Hoang T.H.A. 2013. *Direct and indirect effects of customer satisfaction through product & service quality*. *Journal of Economic, Business and Management*. Vol.1, No 3, August 2013 pp. 1-6
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, Edisi Keduabelas. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Jilid 1*, Edisi Keduabelas, PT. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan K.L. Keller. 2007, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi Keduabelas, Indeks. Jakarta.
- Kurniasih, I.D. 2013. *Pengaruh Harga dan Kualitas terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi pada bengkel AHSS 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang)*. Jurnal Administrasi Bisnis FISIP UNDIP. Volume 2, Nomor 2 Tahun 2013. pp. 1-9
- Lembaga, R.D. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi SI Reguler Ii Universitas Diponegoro)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang
- Malik M.E, Ghafoor M dan Iqbal HK. 2012. *Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Pakistan Telecommunication Sector*. *International Journal of Business and Social Science*. Volume 3, No 23, December 2012 pp. 123-129
- Kurniawan, M.R. 2009. *Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pengembang PT. Araya Bumi Megah Malang*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Malang.
- Permana, S. 2011. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Laptop Merek Toshiba (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)*, Skripsi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Malang.
- Rahmawaty, V., Rizan, M., dan Bastaman, A. 2010. *The influence of brand image and quality products on customer satisfaction in improving customer loyalty case: prepaid cellular card IM3*. Tesis Master of Management, State University of Jakarta.
- Rangkuti, F. 2008. *The Power Of Brands*, Cetakan Ketiga, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rifai, A. 2013. *Pengaruh kualitas produk & harga Terhadap kepuasan pelanggan Honda Supra X 125 Series*. Jakarta.
- Santoso, S. 2001. *SPSS Versi 10 Mengolah Data Statistik*. PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Shah, A dan Hailu Regassa. *Quality's impact on customer satisfaction, revenue growth, profitability and customer efficiency*. *The Marketing Management Journal*. Volume 20, Issue 2, pp. 163-179.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Cetakan Ketiga, CV.Alfabeta. Bandung.
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta
- Sutjipto, N.A. 2014. *Analisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk motor sport Yamaha Byson di Kota*. Jakarta
- Tolba, A., Seoudi, I., Meshriki, H dan AbdelShahid, M. 2015. *Impact of Ethical Sales Behavior, quality and image on customer satisfaction and loyalty*. *International Journal of Management and Marketing Research*. Vol. 8, No 2, 2015 pp. 1-18
- Yusuf, M. 2011. *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDIP. Semarang