

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA JAZZ

(Studi Kasus pada Honda Semarang Center)

Rosiana Dewi
D2D006048

Abstract

Transportation needs is an evolving community needs in line with the increasing mobility of society and the rising level of economic life of society. The car is one of the most widely transportation demand by society because of its convenience. This is encouraging car manufacture to continuously improve the quality of their products, set a price that can compete with other similar products and provide excellent after sales service. According to Basu Swastha (2002: 99) consumer purchasing decisions is a complex process and influenced by factors such as shared decision about the product, brand, seller, price, services provided by companies

The problem in this study is the decrease in sales of the Honda Jazz. Purpose of this study is to determine the effect of product quality, price, and after sales service toward consumer purchasing decision of Honda Jazz car in PT Honda Semarang Center. This research is classified within explanatory type with primary data collection through questionnaires. Sampling method conducted using a purposive sampling with total sample of 100. The analysis statistic by using the correlation coefficient, simple linear regression and multiple regression analysis.

Based on the data analysis, thus it can be concluded both simultaneously and or partially that product quality, price, and after sales services have positive influence on purchase decisions of Honda Jazz. Partially, the influence of quality products to the purchasing decision was 67.9%. Effect of price on purchase decisions was 48.9%. Effect of after-sales services to the purchasing decision amounted to 60.6%. Simultaneously, the influences of product quality, price, and sales services toward purchasing decision were 70.8%. According to respondents the quality of the Honda Jazz is a good, cheap set price, after sales service provided good and high purchasing decisions Honda Jazz. This means, the better quality products and after sales services and the cheaper price will cause a higher purchasing decision.

To increase the purchasing decision, it is expected that Honda manufacturers provide good quality products which include product dimensions, set the price in line with market ability and quality of service provided, and increase after sales service with continued paid attention to the workshop facilities, spare parts availability, friendliness of service personnel, warranty and periodic information so no complaints from consumers.

Pendahuluan

Kebutuhan sarana transportasi merupakan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang sejalan dengan semakin tingginya mobilitas masyarakat dan meningkatnya taraf kehidupan

ekonomi masyarakat. Salah satu sarana transportasi yang banyak diminati masyarakat adalah sarana transportasi darat seperti mobil. Hal ini mengakibatkan terjadinya persaingan diantara perusahaan mobil untuk dapat menarik konsumen agar mau menggunakan produknya. Honda Jazz adalah salah satu merek mobil yang ikut bersaing dalam pasar mobil sekarang ini, keunggulan-keunggulan dari Honda Jazz yang diciptakan perusahaan Honda diharapkan akan menjadi daya tarik konsumen untuk menjatuhkan keputusan pembeliannya pada Honda Jazz. Mereka berupaya keras untuk menarik minat konsumen agar mau menggunakan produk mereka. Keputusan pembelian seorang konsumen untuk menggunakan produk merupakan suatu proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti keputusan tentang produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang waktu, keputusan tentang penjual, keputusan tentang jumlah, keputusan tentang harga, keputusan tentang layanan yang diberikan perusahaan (Basu Swastha, 2002: 99). Oleh karena itu untuk tetap bertahan dalam persaingan, perusahaan harus mengenali konsumen lebih dalam untuk mengetahui dan menilai keinginan konsumen.

Dengan melihat uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Honda Jazz (Studi Kasus pada Honda Semarang Center)”**.

Adanya penurunan volume penjualan Honda Jazz ini perusahaan Honda diharapkan mampu membangun strategi bersaing lagi untuk meningkatkan volume penjualannya. Perusahaan Honda harus lebih meningkatkan kualitas Honda Jazz serta harus mampu menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor yang dapat mempengaruhi antara lain: kualitas produk, penjual, tempat, waktu, harga, pelayanan, distribusi. Sebab pada umumnya setiap konsumen mempunyai kebutuhan akan mobil yang nyaman, harga terjangkau dan mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi mereka dan perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhannya.

Perusahaan Honda memerlukan sebuah penelitian mengenai Honda Jazz akan besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh layanan purna jual terhadap keputusan pembelian sehingga akan menjadi bahan acuan bagi perusahaan dalam mengambil berbagai kebijakannya untuk meningkatkan volume penjualan. Dari permasalahan tersebut dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Honda Jazz?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Honda Jazz?
3. Apakah ada pengaruh layanan purna jual terhadap keputusan pembelian Honda Jazz?
4. Apakah ada pengaruh kualitas produk, harga, dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian Honda Jazz?

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Honda Jazz.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Honda Jazz.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan purna jual terhadap keputusan pembelian Honda Jazz.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan layanan purna jual secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Honda Jazz.

Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan produk lain (Kotler dan Armstrong, 1997 : 3).

Kualitas Produk

Kualitas dan produk yang telah dikemukakan sebelumnya maka pengertian kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, keandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan (Kotler, 2003: 47).

Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 1997: 339).

Layanan Purna Jual

Layanan yang diberikan perusahaan setelah proses penjualan suatu produk. Memberikan pelayanan yang luar biasa dan memastikan bahwa pelanggan puas adalah hal penting untuk memperbaiki hubungan dan ketahanan pelanggan dalam situasi apapun. Hubungan perusahaan dengan pelanggan benar-benar menjadi lebih solid pada saat setelah terjadinya pembelian (Fandy Tjiptono 1997: 26 yang dikutip dari Gerson).

Keputusan Pembelian

Tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha yang memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut (Fandy Tjiptono, 2001 : 19).

Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian.
3. Ada pengaruh antara layanan purna jual terhadap keputusan pembelian
4. Ada pengaruh antara kualitas produk, harga, dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian.

Metode Penelitian

Tipe Penelitian ini adalah *eksplanatory* yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel penelitian dan menguji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2004: 8). Maka berdasarkan permasalahan yang akan diteliti yaitu pengaruh kualitas produk, harga dan layanan purna jual mobil Honda Jazz terhadap keputusan pembelian pada Honda Semarang Center.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian mobil Honda Jazz di Honda Semarang Center dimulai dari tahun 2004 sampai tahun 2008 sebanyak 1364 konsumen. Besarnya sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik Pengumpulan Data menggunakan Kuesioner, wawancara, dan observasi. Teknik Analisis Data menggunakan Analisis Regresi Berganda.

Hasil

Sebagian besar responden menilai kualitas produk yang dimiliki Honda Jazz baik, khususnya yang meliputi *performance* (kinerja), *feature* (fitur), *reliability* (keandalan), *conformance* (konformansi), *durability* (keawetan), *service ability* (kemampuan pelayanan), *aesthetics* (estetika), dan *Fit and Fresh* (kualitas yang dipersepsikan).

Sebagian besar dari responden menilai bahwa harga Honda Jazz murah, karena sudah sesuai dengan daya beli dan kualitas dan manfaat yang diberikan Honda Jazz sesuai dengan keinginan responden.

Sebagian besar responden menilai layanan purna jual yang dilakukan *dealer* Honda Semarang Center baik, karena adanya fasilitas bengkel perbaikan yang lengkap, *spare part* yang mudah di peroleh, petugas servis yang ramah, dan garansi yang menarik serta informasi berkala yang sering dilakukan.

Sebagian besar responden menilai keputusan pembelian tinggi karena sebagian responden beralasan adanya kemudahan dalam proses pembayaran, jenis mobil Honda Jazz sesuai dengan keinginan, reputasi dealer dan merek Honda yang baik.

Kesimpulan

- a. Variabel kualitas produk (X_1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- b. Variabel harga (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- c. Variabel layanan purna jual (X_3) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- d. Variabel kualitas produk, variabel harga, dan variabel layanan purna jual mempunyai pengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Saran

- a. Bagi produsen yakni perusahaan Honda kualitas produk merupakan faktor penentu dalam keputusan pembelian, oleh karena itu Honda Jazz harus terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk.
- b. Penetapan harga Honda Jazz oleh perusahaan Honda harus terus disesuaikan dengan Kualitas Produk.
- c. Honda Semarang Center harus menerapkan strategi yaitu menanamkan pelayanan yang lebih baik dari pesaing, dengan meningkatkan ketersediaan fasilitas perbaikan, kemudahan spare part, keramahan, garansi yang menarik, informasi berkala yang rutin dilakukan sehingga dapat memberikan layanan yang terbaik buat konsumen dan tidak ada lagi keluhan dari konsumen mengenai layanan purna jual Honda Semarang Center.
- d. Saran bagi penelitian selanjutnya adalah agar dilakukan penelitian lanjutan yang lebih khusus atau dengan variabel-variabel baru, misalnya promosi, lokasi, dan distribusi.