

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PCX PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN NEGARA

M. A. V. Punarbawa¹, K. R. Suwena²

Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja
E-mail : asti.virgine.punarbawa@undiksha.id.id, kadek_suwena@yahoo.co.id

Abstrak

Tujuan riset ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan desain produk secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX. Sampel riset ditentukan melalui teknik purposive sampling sebanyak 180 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan analisis uji "t" dan uji "F". Hasil riset ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketetapan pembelian. (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketetapan pembelian. (3) desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketetapan.

Kata kunci: Pengaruh, Kualitas Produk, Desain Produk, Ketetapan Pembelian

Abstract

The purpose of this research is to know the influences of the quality and design products both partially and simultaneously on purchase decisions for Honda PCX motor bike. This research sample is determined by sampling purposive technique of 180 respondents. The method of collecting data that used by interviewing and quistionering. The data analysis techniques using multiple linear regression analysis. The results of this research showed such as (1) The quality and design products have positive and segnificant to purchase decision. (2) The quality of the products have positive and segnificant to the purchase decision. (3) The design products have positive and segnificant influence to the purchase decision.

Keywords : Influence, product quality, product design, purchases decision

1. Pendahuluan

Perkembangan dan persaingan didunia bisnis yang semakin meningkat dan semakin maju. Dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan yang berkelanjutan, telah menyebabkan komoditassi dan penyediaan banyak komoditas serupa. Salah satu opsi tersebut harus disesuaikan dengan kehendak pengguna. Kemunculan kendaraan roda dua memastikan bahwa sepeda motor bukan hanya alat transporrtasi cepat, tetapi juga alat transporrtasi yang praktis dan harga terjangkau. Persaingan di dalam industri yang saat ini terjadi menuntut industri semakin ketat untuk menerapkan dan menawarkan standar komoditas yang berkualitas dan memiliki nilai tambah yang berbeda dari komoditas pesaing yang dikeluarkannya. Perihal ini terjalin sebab mutu sesuatu komoditas memastikan sukses ataupun tidaknya komoditas tersebut bisa menembus pasar. (Kotler & Amstrong, 2015) melaporkan kalau mutu komoditas merupakan ciri komoditas ataupun jasa yang bergantung pada kemampuannya buat memuaskan kebutuhan pelanggan. Mutu didetetapkan oleh sekumpulan khasiat serta gunanya, tercantum didalamnya energi tahan dalam komoditas, ketidaktegantungan pada komoditas lain ataupun kompenen lain, eksklusifilitas, kenyamanan, bentuk luar antara lain corak, wujud, pembungkusan dari komoditas, serta sebagainya (Tjiptono, 2016). Aspek rancangan dalam aktivitas marketing ialah salah satu pembuat energi tarik terhadap sesuatu komoditas. (Stanton, 2016) rancangan komoditas ialah salah satu aspek pembuat citra komoditas. Rancangan yang unik dan mampu memberikan daya pikat pada pengguna tentu akan menciptakan kesan yang baik pada suatu komoditas yang dikeluarkan. Pengguna adalah tujuan industri yang menyediakan barang dan jasa.

Persaingan bisnis yang semakin ketat dengan pesaing yang bersaing secara langsung merupakan ancaman yang sering dihadapi industri. Oleh karena itu, industri dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam komoditas sepeda motor agar dapat memperoleh peluang yang sangat besar dan menarik perhatian pengguna. Kebutuhan adalah kebutuhan manusia akan benda atau jasa yang dapat memberikan kepuasan jasmani dan rohani. Selain mutu komoditas, hal ini menjadi hal yang harus diperhatikan pengguna saat membeli komoditas yaitu rancangan komoditas itu sendiri, sehingga tujuan dan pangsa pasar yang diharapkan pengguna dapat tercapai. Aspek rancangan dalam kegiatan marketing merupakan salah satu alasan menarik komoditas. (Stanton, 2016) rancangan komoditas merupakan salah satu aspek pembentuk citra komoditas. Rancangan unik yang mampu menarik pengguna tentunya akan memberikan kesan yang baik pada komoditas yang dirilis.

Industri pula kian menyadari pentingnya nilai marketing dari rancangan komoditas yang dijual industri. (Kotler & Kaller, 2016) rancangan komoditas merupakan keseluruhan fitur yang pengaruhi penampilan, rasa serta guna komoditas yang dikeluarkan bersumber pada kebutuhan pengguna. Komoditas yang dirancang dengan baik merupakan komoditas yang mengasyikkan dilihat, digunakan serta gampang diperbaiki cocok dengan kemauan serta harapan pengguna, yang hendak pengaruhi ketetapan pengguna dalam membeli komoditas tersebut. Rancangan komoditas mempunyai ikatan yang erat dengan ketetapan pembelian (Kotler & Kaller, 2016).

Masyarakat di Kecamatan Negara merupakan sasaran dari penghasil sepeda motor, untuk mencapai target yang diinginkan penghasil terhadap komoditas yang dijual. Penghasil sepeda motor Honda sendiri mengeluarkan sepeda motor Honda dengan tipe yang menarik perhatian masyarakat salah satu tipe sepeda motor yang dikomoditassi Honda yaitu PCX tipe bisnis, tipe mesin yang dimiliki motor Honda PCX 4 langkah, SOHC, PGM-FI, berpendingin cairan, Esp dengan kapasitas 150 cc. Jumlah penjualan sepeda motor Honda PCX yang dibeli pengguna pada tahun 2018 di kecamatan Negara 230 unit dilihat dari tipe sepeda motor Honda PCX yang dibeli pengguna dari ke 3 (tiga) deler tersebut, namun menurun pada tahun berikutnya. Dengan demikian penghasil Honda cabang Negara terus memberikan daya tarik kepada pengguna untuk melangsungkan pembelian komoditas sepeda motor Honda PCX.

Berdasarkan pada penyajian data penjualan terlihat bahwa sepanjang tahun 2018 penjualan sepeda motor honda pcx sendiri mengalami penurunan, dan harga sepeda motor honda pcx mengalami penurunan. Dari segi mutu dan rancangan komoditas sepeda motor honda pcx pengguna adalah Minat membeli komoditas mobil mengalami penurunan. Bahkan dari segi mutu dan rancangan komoditas sepeda motor honda pcx ini sangat bagus, karena komoditas yang dikeluarkan oleh merek honda, dan honda selalu memberikan mutu komoditas yang sangat baik. Saat pengguna membeli motor Honda PCX, mereka sangat memperhatikan mutu dari motor tersebut. Mutu komoditas sepeda motor Honda PCX sangat mempengaruhi ketetapan pembelian pengguna.

Kemudian rancangan komoditas menjadi salah satu perihal yang dipertimbangkan oleh pengguna dalam melaksanakan pembelian. Rancangan yang unik pasti hendak sanggup menarik hati pengguna buat membeli serta mempunyai sesuatu komoditas yang dikeluarkan. Ikatan antara rancangan komoditas dengan ketetapan pembelian sangat menentukan energi tarik pengguna. Terus menjadi baik rancangan komoditasnya hingga terus menjadi besar atensi pengguna buat membeli komoditas tersebut. Namun dilihat dari data masyarakat Kecamatan Negara sendiri sedikit yang memiliki sepeda motor Honda PCX, sehingga mengalami naik turun setiap bulannya, hal ini dikarenakan keluarnya komoditas baru dari merek lain, yang mengakibatkan kurangnya minat pengguna untuk membeli sepeda motor Honda PCX tersebut.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, adanya ketidakkonsistenan yang terjadi pada penelitian terdahulu pada variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dilakukan oleh Saidani (2013) Desain produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh Nur Acidah (2016) sedangkan Maidoka (2018) menemukan bahwa desain produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul "Pengaruh

Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda PCX”.

Manfaat dalam penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut: (1) Manfaat Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan kajian dalam mengembangkan ilmu dibidang manajemen pemasaran khususnya tentang citra merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian. (2) Manfaat Praktis, hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak pada perusahaan sebagai bahan atau dasar pertimbangan dalam strategi pemasaran khususnya bagaimana menentukan citra merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian.

Secara teoritik penelitian ini dilandasi beberapa teori mengenai kualitas produk, desain produk dan keputusan pembelian. (Kotler dan Keller, 2016:164) Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Assauri (2015) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan sesuai dengan tujuan untuk apa barang yang diinginkan. Menurut Fandy Tjiptono (2010:25) indikator kualitas produk adalah (1) kinerja (2) daya tahan (3) kesesuaian (4) keistimewaan (5) keandalan (6) estetika.

Kotler dan Keller (2016:156) Desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Rosnani (2016:24) desain dapat diartikan sebagai salah satu aktivitas luas dari inovasi desain dan teknologi yang digagaskan, dibuat, dipertukarkan (melalui transaksi jual beli) dan fungsional. Stanton (2016:123) Desain produk merupakan salah satu aspek pembentuk ciri dari suatu produk yaitu bentuk, warna dan model. Menurut Kotler dan Keller (2010:278), indikator desain produk adalah (1) ciri-ciri (2) kinerja (3) mutu kesesuaian (4) tahan uji (5) tahan lama (6) kemudahan perbaikan (7) model.

Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk berkaitan erat dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran suatu produk yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan tidak mengetahui apa keinginan konsumen. (Sumarwan, 2015:290) “keputusan pembelian adalah kegiatan dimana yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Assuari, 2015: 139).

Keputusan pembelian merupakan suatu tahapan rangkaian yang dialami konsumen untuk mengalami keputusan membeli suatu produk. (Sussanto, 2015:4). (Schiffman dan Kanuk dalam Suryani, 2015:18) “pengambilan keputusan dapat dipandang sebagai suatu sistem yang terdiri dari input, proses dan output. Faktor eksternal yang dapat menjadi input dan berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh pemasar melalui strategi dan bauran pemasaran serta faktor eksternal yang berupa lingkungan sosial budaya. Menurut Kotler dan Keller (2015) indikator keputusan pembelian adalah (1) pemilihan produk (2) pemilihan penyalur (3) pemilihan merek (4) waktu pembelian (5) jumlah pembelian.

2. Metode

Riset kuantitatif adalah riset berdasar pada filosofi positivis, digunakan untuk mempelajari sekelompok orang atau ilustrasi tertentu, menggunakan alat riset untuk mengumpulkan informasi, dan menganalisis informasi statistik untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2016). Tujuan dari riset ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh mutu komoditas dan rancangan komoditas terhadap ketetapan pembelian sepeda motor Honda PCX di masyarakat Kecamatan Negara. Studi ini dilakoni pada masyarakat yang membeli sepeda motor Honda PCX di distrik Negara. Akibat penurunan penjualan sepeda motor Honda PCX, maka pengkaji memilih 3 penghasil sepeda motor Honda PCX di wilayah Negara.

Populasi dalam riset ini adalah masyarakat di Kecamatan Negara yang membeli sepeda motor Honda PCX dari pabrik di Kabupaten Negara. Teknik pengambilan sampel

yang digunakan dalam riset ini adalah purposive sampling. Standar yang digunakan dalam sampel ini adalah masyarakat pemilik sepeda motor Honda PCX di wilayah Negara. Pengkaji mengambil 180 responden sebagai sampel. Pengkaji menggunakan data primer berupa kuesioner sehingga jawaban dapat diperoleh langsung dari masing-masing responden, sedangkan data sekunder berupa data tentang nama-nama pemilik motor Honda PCX di Kecamatan Negara dapat digunakan.

Riset ini menggunakan metode pengumpulan data dengan kuesioner. Kuesioner berisi skala likert dengan total 5 poin, dimana 1 poin termasuk kategori sangat negatif, dan 5 poin kategori sangat positif. Sebelum menyebarkan angket kepada narasumber terlebih dahulu menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji angket. SPSS 24.0 untuk Windows. Jika koefisien korelasi lebih besar dari r tabel dan alpha error 0,05 maka alat angket dianggap efektif. Sedangkan jika variabel dapat atau memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60 maka dapat dikatakan reliabel.

Metode dan teknik analisis data yang digunakan dalam riset ini yaitu menggunakan metode analisis Uji "t" tes dan Uji "F" tes. Jenis penelitian ialah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Pelaksanaan penelitian dilakukan dilokasi usaha industri sepeda motor Honda PCX di Kecamatan Negara. Populasinya adalah konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk Kopi Moola Pedawa. Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teori (Ferdinan, 2006). Sehingga jumlah sampel yang didapat sebanyak 180 responden.

Penelitian menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner dan observasi. Dimana dalam kuesioner berisikan skala likert. Sebelum kuesioner disebar, kuesioner harus diuji tingkat valid dan reliable. Kuesioner dikatakan valid jika sig < 0,05. Sedangkan bisa dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* > 0,60. Adapun teknik analisis yaitu regresi linier berganda. Sebelum menganalisis dilakukan pengujian (1) uji normalitas, (2) uji linearitas, (3) uji multikolinieritas Untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji f. Dimana penerimaan atau penolakan hipotesis jika sig < 0,05 maka Ho ditolak, dan jika sig > 0,05 maka Ho diterima (Ghozali, 2011).

3. Hasil dan Pembahasan

Uji-t dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh mutu komoditas terhadap ketetapan pembelian sepeda motor Honda PCX di kalangan warga wilayah Nigeri. Uji t dihitung menggunakan program SPSS 24.0 Windows, dan uji hipotesis diuji pada taraf signifikansi 5%. Hasil uji t mirip dengan Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji t untuk Pengaruh Mutu Komoditas terhadap Ketetapan Pembelian

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,578	1,060		9,979	0,000
Mutu komoditas	0,245	0,031	0,451	8,014	0,000

a. *Dependent Variable*: Ketetapan pembelian

Berdasar pada Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa t hitung = 8,014 dan p value 0,000. Nilai t hitung = 8,014 lebih besar dari t tabel = 1,653, dan nilai p 0,000 lebih kecil dari α = 0,05. Artinya mutu komoditas akan mempengaruhi ketetapan pembelian sepeda motor Honda PCX di masyarakat Kecamatan Negara.

Uji-t dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh rancangan komoditas terhadap ketetapan pembelian sepeda motor Honda PCX bagi warga di wilayah Nigeri. Perhitungan uji t menggunakan program Enhancement SPSS 24.0 Windows, dan tingkat signifikansi uji hipotesis adalah 5%, seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji t untuk Pengaruh Rancangan Komoditas terhadap Ketetapan Pembelian

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,578	1,060		9,979	0,000
Rancangan komoditas	0,214	0,029	0,416	7,390	0,000

a. *Dependent Variable*: Ketetapan pembelian

Berdasar pada Tabel 4.2 nilai $t = 7,390$ dan nilai $p = 0,000$. Nilai t hitung = 7,390 lebih besar dari t tabel = 1,653, dan p -value 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Artinya rancangan komoditas akan berimbang pada ketetapan pembelian sepeda motor Honda PCX di masyarakat Kecamatan Negara.

Uji F digunakan untuk menguji secara simultan pengaruh mutu komoditas dan rancangan komoditas terhadap ketetapan pembelian sepeda motor Honda PCX pada warga Kecamatan Negeri dapat dilihat Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji F untuk Pengaruh Mutu Komoditas dan Rancangan Komoditas terhadap Ketetapan Pembelian

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1092,948	2	546,474	92,080	0,000
Residual	1050,459	177	5,935		
Total	2143,407	179			

Berdasar pada Tabel 4.3 diperoleh nilai $F_{hitung} = 92,080 > F_{tabel} = 3.89$, dan nilai $p = 0,000$. Nilai $p < 0,05$. Artinya di masyarakat Kecamatan Negara, mutu komoditas dan rancangan komoditas akan berimbang pada ketetapan pembelian sepeda motor Honda PCX.

Ada pengaruh positif dan penting antara mutu komoditas dan mutu komoditas dengan ketetapan pembelian sepeda motor Honda PCX di Kabupaten Negara. Hasil riset ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh (Wardaya, 2015), yang melaporkan dengan mutu yang bagus serta terpercaya hingga komoditas hendak senantiasa tertanam dibenak pengguna, sebab pengguna bersedia membayar dengan beberapa duit membeli komoditas yang bermutu. Perihal ini sejalan dengan komentar dari (Kotler & Armstrong, 2015) kalau terus menjadi baik mutu komoditas yang dihasilkan hingga hendak membagikan peluang kepada pengguna buat melaksanakan ketetapan pembelian. Oleh karena itu, harapan industri adalah menyediakan varian komoditas yang selalu dapat menciptakan komoditas baru yang sesuai dengan niat beli pengguna. Hal ini sangat penting dan berimbang pada ketetapan pengguna untuk membeli komoditas yang bermutu. Pendapat ini menunjukkan bahwa komoditas bermutu tinggi dapat mendorong ketetapan pembelian masyarakat. Hasil riset ini didukung oleh hasil riset sebelumnya oleh (Saidani et al., 2013) yang menunjukkan bahwa mutu komoditas berpengaruh signifikan terhadap ketetapan pembelian. Hal ini sejalan dengan riset (Wardaya, 2015) yang menunjukkan bahwa variabel mutu komoditas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel ketetapan pembelian komoditas Kapal Api yang dibeli di Kec. Ngatiluvu (Kg). Hasil riset (Yusup, 2011) menunjukkan bahwa variabel mutu komoditas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketetapan pembelian "Sepeda Motor Honda pada kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen".

Rancangan berpengaruh positif serta signifikan antara Rancangan komoditas, dan memutuskan untuk membeli sepeda motor Honda PCX di distrik Negeri. Hasil riset ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh (Rosnani, 2016), yaitu, "Rancangan dapat disebut sebagai salah satu kegiatan yang luas dari inovasi dan teknologi rancangan, konsepsi, manufaktur, pertukaran (melalui transaksi jual beli) dan fungsinya". Industri juga

semakin menyadari nilai pasar yang berarti dari rancangan komoditas, dan yang terpenting adalah rancangan tampilannya, karena banyak target pengguna mulai mempertanyakan masalah rancangan komoditas yang dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan pengguna. " Rancangan komoditas ialah keseluruhan fitur yang pengaruhi tampilan rasa serta guna komoditas bersumber pada kebutuhan pelanggan (Kotler & Kaller, 2016). Pengguna hendak memandangi komoditas yang di rancangan dengan baik merupakan komoditas yang mengasyikkan buat dilihat, gampang dibuka, digunakan, serta gampang diperbaiki sehingga cocok dengan kemauan serta harapan pengguna, disini hendak tingkatkan ketetapan pengguna dalam membeli komoditas tersebut. Pendapat-pendapat tersebut berarti kalau rancangan komoditas yang bagus bisa mendesak Ketetapan pembelian warga. Hasil riset ini didukung oleh hasil (Achidah et al., 2016) sebelumnya yang menyatakan bahwa rancangan komoditas sangat berpengaruh terhadap ketetapan pembelian. (Saidani et al., 2013) memperkuat riset lain, dan dia melaporkan bahwa rancangan komoditas secara parsial mempengaruhi ketetapan pembelian. Berdasar pada uraian di atas, terlihat bahwa rancangan komoditas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketetapan pembelian.

Mutu komoditas dan rancangan komoditas juga berpengaruh signifikan terhadap ketetapan pembelian sepeda motor Honda PCX di Kabupaten Negeri. Hasil riset ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh (Tjiptono, 2014) yang meyakini bahwa atribut komoditas merupakan elemen komoditas yang dilihat dan digunakan pengguna secara bermakna sebagai hasil dari ketetapan pembelian. (Kotler & Amstrong, 2016) membagi atribut komoditas menjadi 3 faktor penting yaitu mutu komoditas, fungsi komoditas dan rancangan komoditas. Dari hasil definisi di atas bisa disimpulkan kalau (Tjiptono, 2008), sehingga nampak kalau atribut komoditas sangat mempengaruhi terhadap ketetapan pembelian komoditas. Pada dasarnya sikap pengguna dalam mengambil ketetapan buat konsumsi komoditas tertentu hendak sangat dipengaruhi oleh atribut yang menempel pada komoditas tersebut, sebab tidak bisa jadi pengguna membeli sesuatu komoditas tanpa mengenali atribut ataupun keunggulan komoditas tersebut. Mutu komoditas serta rancangan komoditas sangat mempengaruhi pengguna dalam melaksanakan pembelian. Bila mutu serta rancangan cocok dengan harapan serta selera pengguna, hingga pengguna hendak melaksanakan pembelian. Hasil studi ini didukung oleh hasil studi tadinya yang dicoba oleh (Saidani et al., 2013) yang memberi tahu kalau kualitas komoditas serta rancangan komoditas mempengaruhi signifikan terhadap ketetapan pembelian. Perihal ini cocok dengan studi Sakti (2015) yang memberi tahu kalau variabel kualitas komoditas, kemasan, serta harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel ketetapan pembelian komoditas Kapal Api di wilayah. Ngatiluvi (Kilogram). kediri. Hasil studi Suari (2019) menampilkan kalau kualitas komoditas mempengaruhi signifikan, serta variabel rancangan komoditas mempengaruhi terhadap ketetapan pembelian sepeda motor Honda di golongan mahasiswa manajemen.

4. Simpulan dan Saran

Berdasar pada hipotesis riset dan pengkajian mengenai pengaruh mutu komoditas dan rancangan komoditas terhadap ketetapan pembelian sepeda motor Honda PCX di masyarakat daerah Benjara, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. Perubahan mutu komoditas akan mempengaruhi ketetapan pembelian sepeda motor Honda PCX di masyarakat Kecamatan Negara yang diwakili oleh nilai $t = 8,014 > t_{tabel} = 1,653$ dan nilai probabilitas uji $t < 0$ (kurang dari $\alpha = 0,05$). Variabel rancangan komoditas akan berpengaruh positif signifikan terhadap ketetapan pembelian sepeda motor Honda PCX di masyarakat Kecamatan Negara yang diwakili oleh nilai $t = 7,390 > t_{tabel} = 1,653$ dan nilai probabilitas uji $t < 0,000$ (kurang dari $\alpha = 0,05$). Variabel mutu komoditas dan rancangan komoditas akan berpengaruh positif signifikan terhadap ketetapan pembelian sepeda motor Bengal PCX di masyarakat Kecamatan Negara yang diwakili oleh nilai $F_{hitung} = 92,080 > F_{tabel} = 3,89$ dan nilai probabilitas uji $F < 0,000$ (kurang dari $\alpha = 0,05$).

Berdasar pada hasil, pengkajian, dan simpulan, maka dapat diajukan saran sebagai berikut. Industri Motor Honda PCX di Kabupaten Negara semoga dapat lebih meningkatkan mutu dan rancangan komoditas yang dijualnya karena dapat menentukan ketetapan pembelian pengguna. Dengan mengembangkan mutu merek dari logo, fungsi, estetika, ketahanan mesin dan rancangan, komoditas dapat memberikan kesan baru dan menarik perhatian pengguna tanpa kehilangan mutu dan fitur rancangan komoditas. Pengguna akan menyukai komoditas dengan mutu dan rancangan komoditas yang baik, sehingga dapat memenuhi kebutuhan, kebutuhan dan harapannya. Sebagai kepedulian terhadap mutu, industri dapat melangsungkan evaluasi secara menyeluruh untuk meningkatkan mutu dan rancangan komoditas agar dapat memenuhi kebutuhan pengguna sekaligus mendapatkan keuntungan dari penjualan komoditas. Bagi pengkaji lain yang tertarik untuk meneliti aspek serupa terkait mutu komoditas dan dampak rancangan komoditas terhadap ketetapan pembelian, diharapkan riset ini dilakoni dengan menggunakan populasi dan sampel yang lebih luas, tidak hanya di masyarakat di kabupaten dan negara bagian, tetapi juga di jalanan. masyarakat. Lainnya, agar hasil riset lebih andal.

Daftar Pustaka

- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal). *Journal of Management*, 2(2). <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/563>
- Keller, K. L. 2010. *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*, International Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Prinsip-prinsip Marketing, Edition 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Maindoka, F. (2018). "Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina pada PT. Wahana Wirawan Manado." *Jurnal EMBA*, Vol.6, No 3, hal:1518-1527
- Maindoka, F. dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. New Jersey: Pearson Education Inc. Upper Saddle River.
- Novansa, Ali. 2017. "Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMEO Indonesia SME, product)." *Saudi journal of Humanities and social Sciences*. Vol.2. No. 8.
- Rosnani. (2016). *Riset Marketing dan Perilaku Pengguna*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saidani, B., Rachman, M. A., & Rizan, M. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur. *JRMSI: Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 4(2). <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/786>
- Sangadji, S. (2013). *Customer Behavior: perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, Kusmiyati. 2017. "Pengaruh Desain Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Teh Botol Sosro dengan Kualitas Produk sebagai Variabel moderating". *Jurnal online internasional & nasional*. Vol.20. NO.1
- Stanton, W. J. (2016). *Prinsip Marketing Edisi Ketujuh, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode Riset Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Manajemen Jasa, Edisi Keempat*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Marketing Jasa-Prinsip, Penerapan dan Riset*. Yogyakarta: Andi.

- Wadana, Firman Yogi. 2015, "Analisis Pengaruh Kualitas, Desain dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian AQUA (Survey pada Konsumen AQUA di Desa Mojoroto Kota Kediri Tahun 2015)". Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Wardaya, Y. (2015). Pengaruh Rancangan Komoditas, Mutu Komoditas dan Promosi terhadap Ketetapan Pembelian Komoditas pada Chargerity Clothing Kota Kediri. *Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri*.
- Yusup, M. (2011). *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Mutu Komoditas dan Layanan Purna Jual terhadap Ketetapan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)*. Skripsi Universitas Diponegoro.