

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ROBY MOTOR KECAMATAN TANJUNG KABUPATEN TABALONG PROVINSI KALIMANTAN SELATAN

Raudatul Mujahidah
Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
E-mail: raudatulmujahidah8967@gmail.com

ABSTRAK

Hasil penjualan pada tahun 2022 masih perlu ditingkatkan agar mampu meningkatkan pendapatan perusahaan. Hal ini disebabkan karena Roby Motor Kecamatan Tanjung kurang memiliki lingkungan kerja yang nyaman, aman dan kondusif agar karyawan nyaman dan betah bekerja, serta pengunjung nyaman dalam berkunjung di Roby Motor Kecamatan Tanjung. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh secara simultan antara Kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Roby Motor Kecamatan Tanjung. Jenis penelitian kuantitatif. Populasi sebanyak 1.214 orang dan sampel menggunakan purposive sampling sebanyak 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis dengan uji Regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan. Kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan. Kualitas produk berpengaruh signifikan secara dominan terhadap keputusan pembelian pada Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan

Kata Kunci: Kualitas, Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Sales results in 2022 still need to be increased in order to be able to increase the company's revenue. This is because Roby Motor, Tanjung Sub-district has a comfortable, safe and conducive working environment so that employees are comfortable and feel at home at work, and visitors are comfortable visiting Roby Motor, Tanjung Sub-district. This study aims to analyze the simultaneous effect of product quality and promotion on purchasing decisions at Roby Motor, Tanjung District. Types of quantitative research. The population is 1,214 people and the sample using purposive sampling is 100 people. Collecting data using a questionnaire which was analyzed by Regression test. The results showed that product quality and promotion simultaneously had a significant effect on purchasing decisions at Roby Motor, Tanjung District, Tabalong Regency, South Kalimantan Province. Product quality and promotion partially have a significant effect on purchasing decisions at Roby Motor, Tanjung District, Tabalong Regency, South Kalimantan Province. Product quality has a dominant and significant effect on purchasing decisions at Roby Motor, Tanjung District, Tabalong Regency, South Kalimantan Province

Keywords: Quality, Product, Promotion, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Pada tahun 2021, Roby Motor Kecamatan Tanjung berkembang semakin cepat sebagai perusahaan penjual sepeda motor yang sukses di Kalimantan Selatan dan Tengah (Buntok, Teweh, Purukcahu) jumlah pengunjung pada tahun 2021 mengalami penurunan.

Pada tahun 2021 pendapatan perusahaan minus 13% (hanya memperoleh pendapatan sebesar Rp. 43,172,177,958 dari target Rp. 52,346,100,116) dibandingkan tahun 2020 sebesar Rp. 44,585,112,376 dari target Rp. 47,166,630,000. Hal ini disebabkan karena Roby Motor Kecamatan Tanjung kurang memiliki lingkungan kerja yang nyaman, aman dan kondusif agar karyawan nyaman dan betah bekerja, serta pengunjung nyaman dalam berkunjung di Roby Motor Kecamatan Tanjung.

Menurut peneliti, banyaknya pesaing sejenis yang menjual motor melalui aplikasi online ataupun motor baru dengan harga di bawah rata-rata pada Roby Motor Kecamatan Tanjung, yang membuat mereka berasumsi harga jual pada Roby Motor Kecamatan Tanjung tinggi. Dengan adanya pesaing sejenis atau pesaing langsung yang menjual produk yang sama, harga yang kompetitif merupakan cara agar tetap berada di puncak persaingan.

Hasil penjualan pada tahun 2022 masih perlu ditingkatkan agar mampu meningkatkan pendapatan perusahaan. Hal ini disebabkan karena Roby Motor Kecamatan Tanjung kurang memiliki lingkungan kerja yang nyaman, aman dan kondusif agar karyawan nyaman dan betah bekerja, serta pengunjung nyaman dalam berkunjung di Roby Motor Kecamatan Tanjung.

Banyaknya pesaing sejenis di yang menjual motor melalui aplikasi online ataupun motor baru dengan harga di bawah rata-rata pada Roby Motor Kecamatan Tanjung, yang membuat mereka berasumsi harga jual pada Roby Motor Kecamatan Tanjung tinggi. Dengan adanya pesaing sejenis atau pesaing langsung yang menjual produk yang sama, harga yang kompetitif merupakan cara agar tetap berada di puncak persaingan.

Keputusan pembelian customer mempunyai beberapa pertimbangan, diantaranya adalah keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, merk, penjualnya, jumlah produk, waktu pembelian dan cara pembayaran. Menurut Goeth dan Davis dalam Tjiptono (2020:51) kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kotler & Armstrong (2020:347) menyebutkan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan. Berdasarkan lingkup fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Kualitas Produk dan promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Roby Motor Kecamatan Tanjung”..

METODE

Jenis penelitian kuantitatif. Populasi sebanyak 1.214 orang dan sampel menggunakan purposive sampling sebanyak 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis dengan uji Regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dengan umur 20-30 tahun memiliki jumlah terbesar yaitu berjumlah 41 orang (41%). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 47 orang (47%) berpendidikan menengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 31 orang (31%) responden adalah pelajar/mahasiswa.

Hasil Tanggapan Responden

Berdasarkan kuesioner mengenai “Customer diberikan keleluasaan untuk memilih jenis motor.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 44 orang (44%) menyatakan sangat tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.15” atau dalam kategori tidak setuju.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Customer diberikan kebebasan untuk mencoba motor terlebih dahulu sebelum dibeli (Test Drive).” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 60 orang (60%) menyatakan sangat tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “1,64” atau dalam kategori tidak setuju.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Customer dapat memilih sales yang melayaninya.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 29 orang (29%) menyatakan sangat tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.6” atau dalam kategori netral.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Customer dibebaskan memilih waktu pembelian selama jam buka toko.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 28 orang (28%) menyatakan sangat tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.73” atau dalam kategori netral.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Customer diberikan kebebasan untuk menentukan harga DP bila ingin melakukan pembelian secara kredit.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 40 orang (40%) menyatakan sangat tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.67” atau dalam kategori netral.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Customer diberikan pilihan untuk menggunakan metode pembayaran mau tunai (cash) atau kredit.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 31 orang (31%) menyatakan sangat tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.99” atau dalam kategori netral.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Motor yang dijual Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan tidak pernah cacat.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 26 orang (26%) menyatakan sangat tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.85” atau dalam kategori netral. yang digunakan sering mengalami gangguan baik sinyal ataupun layanan.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Motor yang dijual dapat mempermudah orang untuk pergi ke tempat lain yang jauh.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 29 orang (29%) menyatakan tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.96” atau dalam kategori netral.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Pelayanan keluhan customer cepat ditanggapi.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 26 orang (26%) menyatakan tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.82” atau dalam kategori netral.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan memiliki banyak designe warna dan jenis motor yang dijual.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 27 orang (27%) menyatakan sangat tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.63” atau dalam kategori netral.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan menjual produk motor lebih baik di banding toko motor lainnya.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 29 orang (29%) menyatakan tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.6” atau dalam kategori netral.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan memberikan potongan harga.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 35 orang (35%) menyatakan sangat tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.23” atau dalam kategori tidak setuju.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan menyediakan hadiah langsung.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 31 orang (31%) menyatakan sangat tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.26” atau dalam kategori tidak setuju.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan rutin mengadakan acara gathering atau pameran agar lebih dikenal oleh masyarakat.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 28 orang (28%) menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.56” atau dalam kategori netral.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan memberikan penawaran harga menarik bagi customer.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 36 orang (36%) menyatakan sangat tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.46” atau dalam kategori tidak setuju.

Berdasarkan kuesioner mengenai “Undian atau hadiah serta pameran yang diadakan oleh Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan rutin.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 44 orang (44%) menyatakan sangat tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.07” atau dalam kategori tidak setuju.

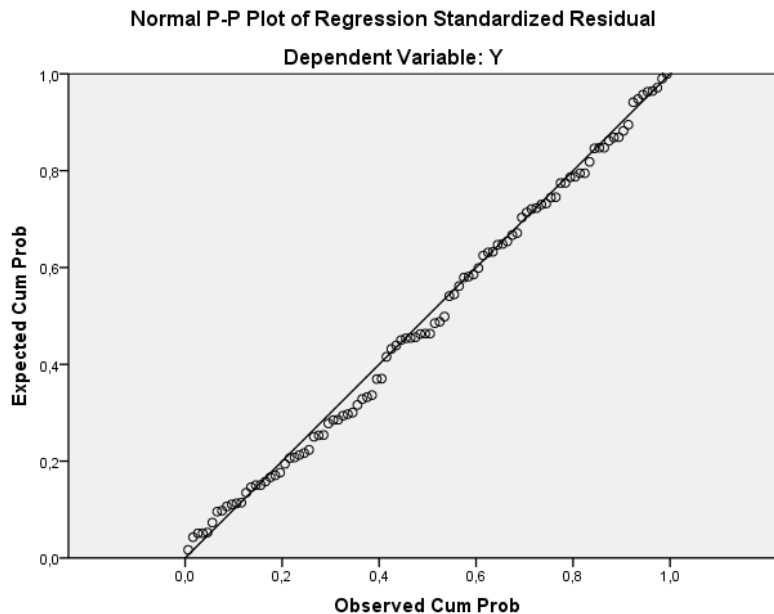
Berdasarkan kuesioner mengenai “Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan memberikan kesempatan untuk menggunakan produk dari secara gratis sebelum dibeli.” dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 55 orang (55%)

menyatakan sangat tidak setuju. Hasil mean skor responden menunjukkan angka “2.03” atau dalam kategori tidak setuju.

Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan Normal P-P Plot.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Data

Sumber: Hasil Analisis SPSS 18 (2022)

Berdasarkan analisis kurva diatas, dapat dilihat bahwa grafik tersebut tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diolah merupakan data yang berdistribusi normal sehingga uji normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen (Sugiyono, 2014:51). Ada tidaknya kolerasi antar variabel tersebut dapat dideteksi dengan melihat nilai *Value Inflations Factor* (VIF). Jika nilai $VIF > 10$, terjadi Multikolinieritas sebaliknya jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi Multikolinieritas.

Adapun hasil uji Multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	,925	1,081
	X2	,925	1,081

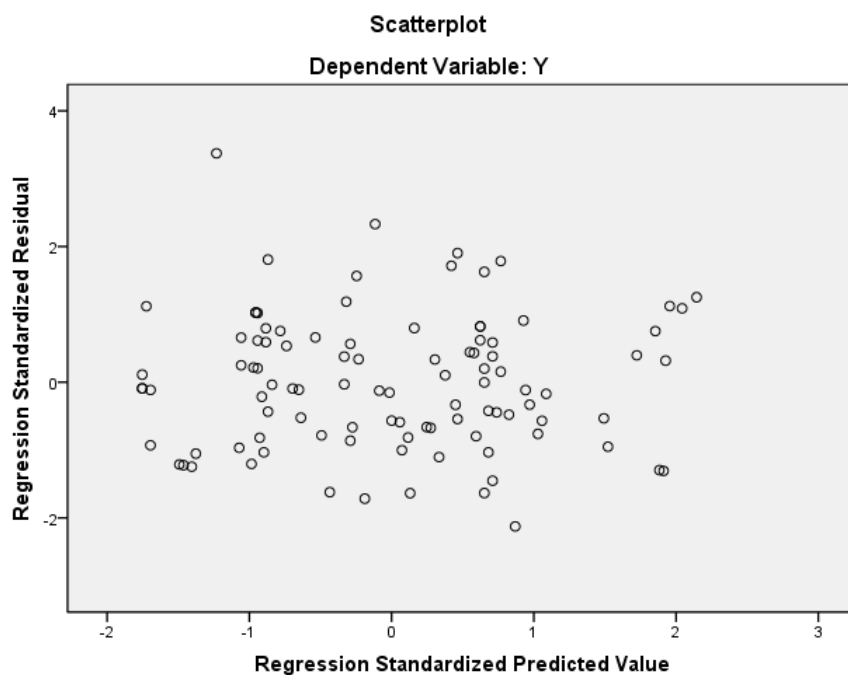
a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Analisis SPSS 18 (2022)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa angka tolerance mempunyai nilai lebih dari 10% dan nilai VIF tidak lebih dari 10 yang berarti tidak terjadi Multikolinieritas antar variabel bebas tersebut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik *plot regression standart predicted value* dengan *regression stutentised* residual. Hasil pengujian dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Analisis SPSS 18 (2022)

Berdasarkan grafik *scatterplot* tampak bahwa sebaran data membentuk pola yang jelas. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pada model regresi terjadi Heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian di Roby Motor Kecamatan Tanjung. Model hubungan nilai keputusan pembelian dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan program SPSS 18.0 untuk analisa regresi sederhana diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9,827	2,016		4,875	,000
	X1	,413	,109	,374	3,799	,000
	X2	,108	,124	1.016	,644	,005

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Analisis SPSS 18 (2022)

Adapun penjelasan uraian dari persamaan regresi tersebut adalah:

$$Y = 9,827 + 0,413 (X_1) + 0,108 (X_2) + e$$

Dengan bunyi persamaan sebagai berikut:

- a. Persamaan Regresi kualitas produk (X_1)

Koefesien regresi variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,413 artinya jika kualitas produk (X_1) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka keputusan pembelian di Roby Motor Kecamatan Tanjung akan mengalami kenaikan sebesar 41,3%. Koefesien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel kualitas produk (X_1) dengan keputusan pembelian di Roby Motor Kecamatan Tanjung (Y).

- b. Persamaan Regresi promosi (X_2)

Koefesien regresi variabel promosi (X_2) sebesar 0,108 artinya jika promosi (X_2) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka keputusan pembelian di Roby Motor Kecamatan Tanjung akan mengalami kenaikan sebesar 10,8%. Koefesien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel promosi (X_2) dengan keputusan pembelian di Roby Motor Kecamatan Tanjung (Y).

Pembahasan

Pengaruh secara simultan antara Kualitas Produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian di Roby Motor Kecamatan Tanjung (Uji F)

Tabel 3
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	356,992	2	178,496	7,411	,001 ^a
	Residual	2336,168	97	24,084		
	Total	2693,160	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber Data: Hasil Analisis SPSS 18 (2022)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti bahwa Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di Roby Motor Kecamatan Tanjung (Sig.=0,001<0,05).

Persepsi customer terhadap kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan untuk membeli atau tidak. Hal ini sejalan dengan pendapat Aaker dalam Sodik (2014) bahwa kesan kualitas memberikan nilai dalam beberapa bentuk diantaranya adalah alasan untuk membeli. Niat untuk melakukan pembelian dapat terbentuk dari sikap customer terhadap bauran pemasaran diantaranya melalui promosi. Kegiatan promosi sepeda motor Honda pada Roby Motor Kecamatan Tanjung diantaranya dapat dilakukan melalui periklanan, pemberian hadiah, potongan harga, dan personal selling. Sejalan dengan hal diatas keputusan customer dalam pembelian sepeda motor pada Roby Motor Kecamatan Tanjung dapat dipengaruhi oleh stimuli atau rangsangan pemasaran seperti kualitas produk, promosi melalui iklan yang menarik, diskon, hadiah. Selain itu desain turut mempengaruhi keputusan pembelian. Umumnya customer menginginkan desain yang inovatif dari waktu ke waktu.

Pengambilan keputusan dapat diartikan sebagai suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Harga dan Kualitas produk yang dimiliki produsen serta promosi yang menarik minat diyakini mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Melita Yesi Agustin (2016) menyimpulkan bahwa kualitas produk, citra dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada motor Honda Vario.

Pengaruh secara parsial antara Kualitas Produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian di Roby Motor Kecamatan Tanjung (Uji t)

Adapun hasil analisa dengan menggunakan Uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,827	2,016		4,875	,000
X1	,413	,109	,374	3,799	,000
X2	,108	,124	1.016	,644	,005

a. Dependent Variable: Y

Sumber Data: Hasil Analisis SPSS 18 (2022)

a. Kualitas produk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai prob. t_{tabel} dan (Sig.) dari variabel bebas sebesar (Sig. $0,000 < 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa analisa menunjukkan ada pengaruh parsial antara Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian di Roby Motor Kecamatan Tanjung.

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketetapan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya (Kotler, 2018:142). Kualitas produk dimulai dengan kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan.

Kualitas adalah alat ukur tingkat keputusan konsumen sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk atau jasa dikatakan berkualitas apabila perusahaan mampu memberikan dan memenuhi apa yang diharapkan dan diinginkan oleh konsumen atas suatu produk atau jasa, karena kualitas memiliki makna yang berbeda-beda bagi setiap orang maka kualitas harus memiliki standar yang telah ditentukan oleh perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2019) produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Selain itu produk dapat pula di definisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya (Tjiptono, 2018). Konsumen senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal ini dapat dilihat dari kemampuan produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Berdasarkan bahasan di atas dapat dikatakan bahwa kualitas yang diberikan suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan, dimana semakin baik kualitas

produk yang ditawarkan, maka akan semakin tinggi tingkat pembelian terhadap produk tersebut.

Kualitas produk yang dimiliki oleh motor Honda sudah memiliki citra yang baik serta telah dikenal luas, dan hal ini sangat mungkin dijadikan oleh masyarakat sebagai acuan untuk menilai manakala ada sebuah perusahaan yang cukup ternama dan mereknya memiliki reputasi yang baik mengeluarkan suatu produk dengan kualitas yang bagus. Persepsi tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian customer, melalui kualitas produk ada beberapa faktor yang mendorong customer untuk melakukan pembelian sepeda motor Honda, dari segi dimensi daya tahan motor Honda sangat handal, irit, tangguh, teknologi modern, dan murah spare part (suku cadang) sehingga mendorong customer untuk melakukan pembelian. Yang kedua dari segi dimensi feature (Fitur) yang ditampilkan Honda di mata customer memang memiliki keunggulan yang spesifik seperti backbone, dual straight, cruise control, dimmer switch dan lainnya, sehingga keunggulan ini menjadi nilai tambah yang membedakannya dan mampu mengungguli merek pesaingnya yaitu Yamaha Fino, sehingga faktor ini pula yang mendasari naiknya penjualan Honda. Selain itu faktor nilai dimensi estetika yang ditampilkan Honda terkesan elegan dan klasik, sehingga menambah rasa kepercayaan diri kepada pemakainya.

b. Promosi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai prob. t_{tabel} dan (Sig.) dari variabel bebas sebesar (Sig. $0,005 < 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa analisa menunjukkan ada pengaruh parsial antara promosi terhadap keputusan pembelian di Roby Motor Kecamatan Tanjung.

Roby Motor Kecamatan Tanjung menjadikan periklanan sebagai alat promosi mereka, seperti iklan pada media cetak, televisi lokal Tanjung, dan bahkan di sosial media, sehingga meningkatkan daya ingat customer terhadap Roby Motor Kecamatan Tanjung. Selain itu Roby Motor Kecamatan Tanjung sering melakukan promosi penjualan sebagai alat promosinya, seperti memberikan cashback dan memberikan hadiah bonus seperti helm, maka hal ini akan menambah minat customer untuk melakukan pembelian. Honda juga menjadikan penjualan personal sebagai alat promosinya kepada customer dengan menggunakan agen sales untuk mendatangi customer dan menawarkan motor Honda yang dijual Roby Motor Kecamatan Tanjung, sehingga customer akan lebih mengenal tentang Roby Motor Kecamatan Tanjung.

Perusahaan perlu melakukan promosi produknya, untuk mempengaruhi konsumen melakukan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Melita Yesi Agustin (2016) dengan judul penelitian yaitu “Analisis Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Kasus pada Trijaya Motor Dealer Resmi Honda Cabang Girian-Bitung)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Nur Achidah (2016) yang berjudul “Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio GT” yang menyatakan bahwa promosi merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh dominan antara Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Roby Motor Kecamatan Tanjung Uji β (Pengujian Koefisien Beta)

Untuk melihat koefisien determinasi (*R Square* atau R^2) akan diketahui besarnya derajat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Adapun hasil koefisien determinasi (*R Square* atau R^2) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5
Uji Koefisien Beta
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,364 ^a	,703	,115	4,908	,527

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber Data: Hasil Analisis SPSS 18 (2022)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*R Square* atau R^2) sebesar 0,703. Nilai koefisien beta pada tabel 4.14 tersebut menunjukkan bahwa variasi variabel kualitas produk (X_1) ($\text{sig} = 0,000$; $\text{beta} = 0,374$) merupakan variabel dominan yang memiliki pengaruh dan secara umum mampu menjelaskan variasi variabel dependen keputusan pembelian di Roby Motor Kecamatan Tanjung sebesar 70,3% sedangkan sisanya sebesar 29,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk pada variabel dalam model penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan.
2. Kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan.

3. Kualitas produk berpengaruh signifikan secara dominan terhadap keputusan pembelian pada Roby Motor Kecamatan Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan.

Saran

1. Mengingat persaingan dalam bisnis sepeda motor semakin ketat karena setiap produsen produsen sepeda motor mengeluarkan varian sekutermatic perusahaan disarankan untuk meningkatkan kualitas produk dengan melakukan inovasi terus menerus serta memenuhi keinginan customer yang selalu berubah.
2. Untuk meningkatkan keputusan pembelian, disarankan meningkatkan kegiatan promosi misalnya pemberian diskon, pemberian hadiah langsung dan garansi harus agar minat customer semakin tinggi dan tertarik untuk membeli dan melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan pembelian kepada orang-orang disekitarnya.
3. Untuk meningkatkan keputusan pembelian, disarankan bagi pihak perusahaan untuk selalu berinovasi menciptakan desain yang inovatif terutama model warna dan striping produk.
4. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti harga, pelayanan distributor yang sekiranya dapat memperkuat penelitian ini.

REFERENSI

- Alma, B. 2019. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Penerbit. Alfabeta Bandung.
- Alfansi. 2019. Pemasaran Jasa Finansial (Edisi dua). Jakarta: Salemba Empat.
- Agyapong, Gloria, K.Q. 2017. The Effect Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry a Case of Vodafone in Ghana. *International Journal of Business and Management*, Vol.6, p.207.
- Fadil, Zaki dan Utama, Priyo. 2015. Teknik Marketing Itu Mudah. Yogyakarta: Second Hope
- Irawati dan Hery Syahrial. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian Pengguna Modem Smartfren pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* Vol. 1 No. 2. Adisaputro (2010)
- Kadhim et al.(2016). pengaruh product, price, places distribution, promotion, people, process dan physical eviden terhadap customer satisfactio (keputusan pembelian).
- Kotler. Philip. 2018. Definisi Pelayanan. Salemba Medika: Jakarta.
- Li (2019). Pengaruh Reliabilitas, Tangible, Empati, Responsiveness, Asuransi, Gambar Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Pada Perusahaan Sepatu Belle Di Kota Lanzou China. *International Journal of Business and Management*, Vol.6, p.207.
- Warikiet al. (2015)
- Mahmudet al. (2019). The Effect Of Service Quality And Price On Satisfaction Andloyalty Of Customer Of Commercial Flight Service Industry. *International Journal of Business and Management*, Vol.6, p.207.
- Warikiet al. (2015)
- Moenir. 2015. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Bumi Aksara: Jakarta.
- Morissan. 2019. Teori Komunikasi. Ghalia Indonesia: Jakarta.

- Nirwana. 2018. Pemasaran Jasa. Jakarta: Penerbit Alta
- Parasuraman, Zeithmal dan Berry. 2015. The Behavioral Consequenses of Service Quality, *Jurnal of Marketing*, Vol 60.
- Pohan. 2019. Jaminan Mutu Pelayanan Kesehatan Dasar-dasar Pengertian dan Penerapan. Pustaka Merdeka: Jakarta.
- Purwanto. 2014. 10 Prinsip Keputusan pembelian, Paradigma Baru Merebut Hati Customer. Gramedia Pustaka: Jakarta.
- Sugito, 2017. Mengukur Keputusan pembelian. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Sugiyono, 2019. Metode Penelitian Untuk Manajemen. Alfabeta: Jakarta.
- Supranto. 2014. Pengukuran Tingkat Keputusan pembelian. Rieneka Cipta: Jakarta.
- Swastha. 2014. Determination of Brand Loyalty Factors Age Group 18-24. *Academy of Marketing studies Journal*: Harvard: London.
- Tjiptono, Fandi dan Candra, Gregorius. 2014. Service, Quality, and Satisfaction. Andi: Yogyakarta.
- Triatmojo. 2014. Mengukur Keputusan pembelian. Nuha Medika: Yogyakarta.
- Ghanimata dan Kamal, 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Artikel Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Walton RE, 2018. Prinsip dan Praktik Ilmu Endodonsia. Alih. Bahasa. Sumawinata N, Juwono L. Jakarta: EGC
- Warikiet al.2015. Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Keputusan pembelian Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* Vol. 1 No. 2.