

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PCX 150

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Manajemen S1 Universitas Widyatama)

oleh :

Rizal Nur Alamsyah

Fakultas Bisnis Dan Manajemen
Universitas Widyatama

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan : Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai harga Honda Pcx. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kualitas produk Honda Pcx. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian Honda Pcx. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Honda Pcx. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Honda Pcx. Faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah Harga dan Kualitas Produk sebagai variabel independen. Sedangkan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen Universitas Widyatama yang tertarik untuk menggunakan Honda Pcx sebagai sarana *transportasi*. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *non – probability sampling* menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sampel pada penelitian ini adalah seratus orang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi logistik dengan taraf signifikan lima persen. Program yang digunakan untuk menganalisis data menggunakan *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver. Dua Puluh*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Harga Honda Pcx dapat dikatakan cukup baik. Kualitas Produk Honda Pcx dapat dikatakan baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa delapan puluh dari seratus orang responden akan melakukan pembelian. Hasil dari Uji Wald menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Pcx. Hasil dari Uji Wald menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Pcx.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Persaingan di dunia perdagangan saat ini terbilang cukup ketat. Apalagi dengan adanya globalisasi yang menyebabkan munculnya perdagangan bebas yang membuat dunia seolah tanpa batas. Banyak produsen barang dan jasa di setiap negara bersaing dengan produsen negara lain untuk menarik minat konsumen dalam perdagangan internasional.

Untuk menarik minat konsumen membeli produk yang di tawarkan maka dibutuhkan adanya strategi. Tanpa strategi yang jitu perusahaan tidak akan dapat bertahan karena seiring waktu kompetitor akan terus muncul bersamaan dengan permintaan konsumen yang kian meningkat. Hal ini di hadapi oleh setiap perusahaan yang mencari laba tidak terkecuali di industri sepeda motor.

Saat ini, perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragam nya aktivitas setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat. Agar orang dapat melakukan aktivitas secara cepat, dibutuhkan sarana pendukung, seperti sarana transportasi. Transportasi adalah sebagai pemindahan

barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan (Nasution,2008) Kebutuhan akan alat transportasi dewasa ini telah menjadi kebutuhan primer. Dibanding dengan alat transportasi umum, sebagian besar orang lebih memilih untuk menggunakan alat transportasi pribadi terutama sepeda motor guna menunjang aktivitas sehari-hari. Selain merupakan alat transportasi yang praktis dan lincah manakala digunakan untuk melewati kemacetan baik dalam kota maupun luar kota, konsumsi bahan bakar sepeda motor lebih rendah jika dibandingkan dengan kendaraan roda empat.

Berbagai produsen sepeda motor berlomba-lomba menciptakan aneka jenis varian sepeda motor guna memenuhi kebutuhan masyarakat alat transportasi, sehingga dewasa ini dapat dilihat berbagai jenis sepeda motor dari berbagai merek bermunculan. berikut Data dari AISI (Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia) menunjukkan penjualan sepeda motor dari tahun 2013 – 2017

Tabel 1.1
Penjualan Sepeda Motor Dan Market Share
Tahun 2013 – 2017

MERЕК	TAHUN 2013	MS (%)	TAHUN 2014	MS (%)	TAHUN 2015	MS (%)	TAHUN 2016	MS (%)	TAHUN 2017	MS (%)
HONDA	4,696,999	60.65	5,051,100	64.2	4,453,888	68.73	4,380,888	73.86	4,385,888	74.51
YAMAHA	2,492,596	32.2	2,371,082	30.1	1,798,630	27.76	1,394,078	23.5	1,348,211	22.9
SUZUKI	393,803	5.08	275,067	3.5	109,882	1.7	56,824	0.96	72,191	1.23
KAWASAKI	151,703	1.96	165,371	2.1	115,008	1.77	97,622	1.65	78,637	1.34
TVS	8,778	0.11	9,575	0.1	2,747	0.04	1,873	0.03	1,176	0.02
TOTAL	7,743,879	100	7,867,195	100	6,480,155	100	5,931,285	100	5,886,103	100

Sumber :www.aisi.or.id/

Berdasarkan tabel 1.1 produksi sepeda motor di Indonesia dikuasai oleh merek Honda. Hal ini dapat dilihat dari *market share* Honda dengan nilai terbesar di antara sepeda motor merek lain.

Keputusan pembelian akan muncul karena di pengaruhi oleh nilai dari suatu produk tersebut. Tuntutan akan suatu produk yang semakin berkualitas membuat perusahaan berlomba lomba untuk meningkatkan kualitas produknya demi menjaga citra merek produk yang mereka miliki.

Keputusan pembelian konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap nilai, kualitas dan harga. Harga merupakan komponen penting bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk. Tetapi harga bukan hanya indikator penilaian kualitas saja melainkan juga sebagai indikator biaya yang di keluarkan untuk ditukar dengan produk dan manfaatnya. Oleh karena itu, melihat sejauh mana merek yang disandingkan dapat mempengaruhi penilaian konsumen terhadap harga akan suatu produk tersebut.

Honda PCX 150 adalah motor keluaran Honda yang ditujukan bagi segmen motor premium skutik 150cc. Ketika motor matic sedang marak digandrungi oleh masyarakat Indonesia disamping memberikan kemudahan bagi para pengendara

pemula, maka berbagai desain motor matic yang elegan telah pula menjadi salah satu preferensi konsumen di tanah air.

Salah satu pesaing Honda PCX 150 dalam segmentasi skutik 150 cc adalah Yamaha Nmax.

Tabel 1.2
Daftar Harga

Versi	Honda PCX 150	Yamaha Nmax 155
Standar/CBS	27.700.000	26.300.000
ABS	30.700.000	30.200.000

Sumber : <https://www.oto.com/>

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat perbedaan merek dan harga yang di tawarkan, Honda Pcx 150 cenderung lebih mahal dari produk pesaingnya.

Berbagai cara dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kualitas produk yang mereka miliki diantaranya inovasi dari keunggulan produk itu sendiri, penetapan harga yang bersaing dan promosi yang tepat sasaran. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka akan semakin tinggi persepsi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Tabel 1.3
Penjualan Honda PCX 150 dengan Yamaha Nmax 155
Januari – Juni 2018

2018	Honda PCX 150
Januari	–
Februari	9.661 unit
Maret	16.623 unit
April	17.408 unit
Mei	17.570 unit
Juni	11.149 unit
Total	72.411 unit

Berdasarkan tabel 1.3 diatas Penjualan Honda Pcx 150 dalam lima bulan fluktuatif dan mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan pada bulan Juni. Kondisi tersebut diduga dipengaruhi oleh Harga dan kualitas produk dari honda Pcx 150. Hal ini merupakan sebuah tantangan bagi Honda Pcx untuk meningkatkan penjualannya. Penulis melakukan pra survey kepada 30 responden.

Tabel 1.4
Pra Survey terhadap 30 responden

No	Pernyataan	Ya	Tidak	Total
Harga				
1	Saya rasa harga Honda Pcx 150 terjangkau	12	18	30
2	Saya rasa harga Honda Pcx 150 sesuai dengan kualitas	16	14	30
3	Saya rasa harga Honda Pcx 150 sesuai dengan manfaat yang didapat	17	13	30
4	Saya rasa harga Honda Pcx 150 dapat bersaing dengan skutik 150 cc yang lain	14	16	30
Kualitas Produk				
1	Saya rasa Honda Pcx 150 akan memberikan kenyamanan saat di bawa berkendara	18	12	30
2	Saya rasa Honda Pcx 150 mempunyai <i>body</i> yang menarik perhatian	15	15	30
3	Saya rasa kualitas Honda Pcx 150 sesuai dengan standar kualitas yang ditawarkan	16	14	30
4	Saya rasa sparepart Honda Pcx 150 dapat bertahan lama/ tidak gampang rusak	14	16	30
5	Saya rasa Honda Pcx 150 memiliki daya tahan lebih dari 5 tahun	17	13	30
6	Saya rasa Honda Pcx 150 memberikan reputasi yang baik	19	11	30
7	Saya rasa Honda Pcx 150 mempunyai kualitas yang baik	20	10	30
8	Saya rasa Honda Pcx 150 mudah dalam perawatan	13	17	30

Sumber: Hasil Pra Survey

Padatabel 1.4 hasil pra survey yang dilakukan peneliti terhadap 30 responden menunjukkan hasil harga Honda Pcx 150 kurang terjangkau dan kurang dapat bersaing dengan skutik 150cc yang lain ditinjau dari segi harga. Sedangkan *sparepart* Honda Pcx 150 mudah rusak dan tidak mudahnya dalam perawatan. Hasil ini diduga menjadi pengaruh penurunan penjualan Honda Pcx 150. Perusahaan dituntut cermat dalam melihat keinginan konsumen sehingga perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan dalam keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Febby Aprilia (2017) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi Bara dengan responden sebanyak 100 orang. Dari hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Eriani (2017) menyatakan bahwa kualitas produk dan ekuitas merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kurniawan dkk. (2018) menyebutkan bahwa dalam menentukan pilihan produk atau layanan, konsumen selalu mempertimbangkan harga, sehingga produsen harus meninjau strategi penetapan harga yang mereka tawarkan.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah Honda Pcx 150. Variabel yang di teliti adalah pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian.

Metode Penelitian

Menurut **Sugiyono (2014:24)** Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian merupakan suatu metode yang dilakukan untuk meneliti dan menyelesaikan suatu masalah yang terjadi, dalam penelitian ini penulis membutuhkan data dan informasi sesuai dengan pembahasannya supaya data yang diperoleh cukup lengkap untuk membahas permasalahan yang ada.

Definisi Variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua elemen variabel. Menurut **Sugiyono (2014:64)** mendefinisikan sebagai berikut:

- a. Variabel Bebas (*independent variable*)
 - a. Variabel independent sering disebut variabel stimulus, *predictor* atau *antecedent*. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2).
 - b. Variabel terikat (*dependent variable*)
 - a. Variabel dependen sering disebut variabel *output*, kriteria atau konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Proses Keputusan Pembelian (Y)

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Keputusan Pembelian (Y). Berikut ini disajikan tabel mengenai konsep dan indikator variabel penelitian yang dicantumkan pada tabel 3.1:

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Skala
Harga (X1)	Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Kotler & Amstrong (2012:345)	Keterjangkauan Harga	Harga Honda Pcx 150 terjangkau	Ordinal
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga Honda Pcx 150 sesuai dengan kualitas	
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga Honda Pcx 150 sesuai dengan manfaat yang didapat	
		Daya saing harga	Harga Honda Pcx 150 dapat	

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Skala
			bersaing dengan skutik 150 cc yang lain	
Kualitas Produk (X2)	Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kotler & Armstrong (2014:283)	Kinerja (<i>performance</i>)	Honda Pcx 150 nyaman saat di bawa berkendara	Ordinal
		keistimewaan (<i>features</i>)	Honda Pcx 150 mempunyai <i>body</i> yang menarik perhatian	
		Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to spesification</i>)	Kualitas Honda Pcx 150 sesuai dengan kualitas yang ditawarkan	
		Keandalan (<i>realibility</i>)	Sparepart Honda Pcx 150 dapat bertahan lama/ tidak gampang rusak	
		Daya tahan (<i>durability</i>)	memiliki daya tahan lebih dari 5 tahun	
		Estetika (<i>esthetica</i>)	Honda Pcx 150 memberikan reputasi yang baik	
		Kualitas yang dipersepsikan (<i>perceived quality</i>)	Honda Pcx 150 mempunyai kualitas yang baik	
		Kemudahan perbaikan (<i>service ability</i>)	Honda Pcx 150 mudah dalam perawatan	

Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak beli. Swastha & Handoko (2008:110)	Beli/Tidak Beli	Tertarik tidak tertarik untuk melakukan pembelian	Nominal
-------------------------	--	-----------------	---	---------

Sumber : Hasil olah data peneliti, 2018

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Honda Pcx 150 pada Mahasiswa Manajemen Universitas Widyatama, maka data dan informasi yang diperoleh akan dipaparkan di bawah ini

Gambaran Umum Responden

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan di Universitas Widyatama No. 204 A Sukapada, Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat. Adapun responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen S1 Universitas Widyatama yang berjumlah 100 orang responden. Berdasarkan hasil penelitian dari 100 orang responden ini diperoleh gambaran umum mengenai identitas responden yang telah diklasifikasikan oleh penulis berdasarkan jenis kelamin, tahun angkatan, umur dan tingkat pendapatan/ uang saku per bulan.

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin

Gambaran tentang jenis kelamin dapat dilihat dari tabel 4.1 berikut ini:

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Laki-laki	88	88%
2	Perempuan	12	12%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dari tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin laki-laki memiliki presentase 88% dari 100 orang responden, artinya bahwa responden laki-laki terdiri dari 88 responden. Sedangkan jenis kelamin perempuan memiliki presentase 12% dari 100 orang responden, artinya bahwa responden perempuan terdiri dari 12 orang responden. Berdasarkan jenis kelamin tersebut diketahui mayoritas responden yang ingin membeli motor adalah laki-laki.

2. Usia

Gambaran tentang usia responden dapat dilihat dari tabel 4.2 berikut ini:

Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1	< 18 tahun	-	-
2	18 - 20 tahun	42	42%
3	20 - 22 tahun	51	51%
4	> 22 tahun	7	7%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dari tabel dapat diketahui bahwa mayoritas responden berdasarkan usia yang akan melakukan keputusan pembelian Honda Pcx 150 antara 20 – 22 tahun. Ini disebabkan karena rata-rata usia 20 - 22 lebih tertarik dengan Honda Pcx 150.

3. Tingkat Pendapatan/ Uang Saku Per Bulan

Gambaran tentang pendapatan/ uang saku per bulan dapat dilihat dari tabel 4.3 di bawah ini

Tabel 4.3
Tingkat Pendapatan/ Uang Saku Per Bulan

No	Pendapatan/ Uang Saku Per Bulan	Frekuensi	Presentase (%)
1	< Rp. 500.000	3	3%
2	Rp. 500.000 - Rp. 750.000	11	11%
3	Rp. 750.000 - Rp. 1.000.0000	49	49%
4	> Rp. 1.000.000	37	37%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dari tabel 4.3 dapat dilihat responden yang akan melakukan keputusan pembelian Honda Pcx 150 mayoritas berpendapatan/ uang saku per bulan antara Rp. 750.000 - Rp. 1.000.0000 yang berjumlah 49 responden dari 100 responden dengan presentase 49%.

4. Tahun Angkatan

Gambaran tentang tahun angkatan responden dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini:

Tabel 4.4
Tahun Angkatan

No	Tahun Angkatan	Frekuensi	Presentase (%)
1	2013	2	2%
2	2014	26	26%
3	2015	30	30%
4	2016	18	18%
5	2017	15	15%
6	2018	9	9%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dari tabel 4.4 diatas mayoritas responden yang akan melakukan keputusan pembelian Honda Pcx 150 adalah tahun angkatan 2015 yang berjumlah 30 responden dari 100 responden dengan persentase 30%.

1 Uji Kelayakan Model Regresi Logistik

Pada penelitian ini, uji asumsi klasik (uji normalitas) tidak diperlukan pada model regresi logistik tetapi perlu dilakukannya uji kelayakan model regresi logistik (*overall model fit*). Untuk melakukan uji kelayakan model regresi logistik yang akan digunakan pada penelitian ini, maka dilakukan dengan beberapa uji statistik menggunakan alat uji statistik yaitu SPSS v.20. Beberapa uji statistik yang akan digunakan adalah Uji Tingkat Keakuratan, *Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit*, *Cox and Snell's R Square* dan *Nagelkerke R Square*. Berikut adalah hasil uji statistik yang telah diolah menggunakan SPSS v.20:

Uji Keakuratan

Hasil Uji Tingkat Keakuratan Variabel Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Block =0)

Sumber: Data Diolah, 2018

	Observed		Predicted		Percentage Correct
			Y		
	Tidak Beli	Beli			
Step 0	Y	Tidak Beli	0	20	.0
		Beli	0	80	100.0
	Overall Percentage				80.0

Hasil

Uji

Tingkat Keakuratan Variabel Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Block =1)

Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Pcx 150

	Observed		Predicted		Percentage Correct
			Y		
	Tidak Beli	Beli			
Step 1	Y	Tidak Beli	9	1	95.0
		Beli	1	79	98.8
	Overall Percentage				98.0

Sumber: Data Diolah, 2018

Untuk dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Produk (X2), terhadap keputusan pembelian Honda Pcx 150 (Y) maka perlu dilakukan pengujian hipotesis dengan kriteria sebagai berikut:

1. Tolak H_0 dan terima H_a jika nilai Sig. < 0,05
 2. Terima H_0 dan tolak H_a jika nilai Sig. > 0,05
- Rumusan hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:
- a. $H_0: \beta_1 < 0$ Secara parsial, Kualitas Produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Pcx 150
 - b. $H_a: \beta_1 \geq 0$ Secara parsial, Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Pcx 150
 - c. Taraf signifikansi yang digunakan sebesar 5%

Hasil Uji Wald

Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Pcx 150

Variabel	Wald	Sig	A	Keputusan	Kesimpulan
Kualitas Produk → Keputusan	8,361	0,004	0,05	H_0 ditolak	Signifikan

Sumber: Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai signifikan yang diperoleh sebesar $0,004 < 0,05$ dengan tingkat kepercayaan 95%. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak H_a diterima, artinya secara parsial

Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Pcx 150. Hasil penelitian ini diperkuat dengan jurnal internasional **Owusu Alfred (2013)** dengan hasil Harga dan Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Hasil Uji Omnibus
Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian**

	Chi-square	Df	Sig.
Step	87.620	2	.000
Step 1 Block	87.620	2	.000
Model	87.620	2	.000

Sumber: Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai Chi-square hitung yaitu $87.620 >$ Chi-square tabel 5.9915 dengan tingkat kepercayaan 5%. Sesuai dengan Kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Honda Pcx 150. Sesuai dengan penelitian sebelumnya untuk memperkuat hasil dari penelitian ini **Jajang Irawan (2017)** menemukan bahwa Kualitas Produk dan Harga Toyota Avanza berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada konsumen Honda Pcx 150, untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa menurut tanggapan responden untuk Harga Honda Pcx 150 secara keseluruhan rata-rata dapat dikatakan cukup baik, jika dilihat dari seluruh responden yang berjumlah 100 orang, 3 item pernyataan dinyatakan baik. Namun pada pernyataan "Saya rasa harga Honda Pcx 150 terjangkau" dinyatakan cukup baik, hal ini dikarenakan responden merasa harga Honda Pcx lebih mahal dibandingkan dengan skuter matic premium yang lainnya meskipun harganya lebih mahal dibandingkan dengan skuter matic premium lainnya, tetapi harganya masih dapat terjangkau oleh konsumen. Sedangkan, tanggapan responden untuk Kualitas Produk secara keseluruhan rata-rata dapat dikatakan baik, jika dilihat dari seluruh responden yang berjumlah 100 orang, semua pernyataan dikatakan baik. Namun pada pernyataan "Saya rasa Honda Pcx 150 mudah dalam perawatan" dinyatakan cukup baik, hal ini dikarenakan responden merasa Honda Pcx 150 termasuk skuter matic premium sehingga memerlukan perawatan khusus. Dan menurut tanggapan responden mengenai keputusan pembelian Honda Pcx 150, dari 100 orang responden sebesar 80% responden akan melakukan pembelian Honda Pcx 150. rata-rata konsumen yang ingin membeli Honda Pcx 150 karena desainnya yang mewah, terlihat elegan dan memiliki fitur yang belum dimiliki skuter matic premium lainnya. dan sisanya sebanyak 20 orang tidak akan melakukan pembelian Honda Pcx 150 karena harganya lebih mahal dibandingkan dengan skuter matic lainnya. Maka dari itu, secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan secara parsial Kualitas Produk juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
 Amrullah, A. R., & Agustin, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5. Retrieved from <https://ejournal.stiesia.ac.id/>

- Aprilia, F. (2017). Pengaruh Store Atmosphere dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Bara.
- Azwar, S. (2010). In *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Eriani, U. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Agt Kartin).
- Gerung, J. C., Sepang, T., & Loindong, S. (2017, Juni). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 5, 2221-2229.
- Ghozali, I. (2011). In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, & Keller. (2012). In *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13 ed., Vol. 2). (B. Sabran, Trans.) Erlangga.
- Kristian, D., & Widayanti, R. (2016, Januari-Juni). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 16, 45-58.
- Kuncoro, M. (2011). In *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen: YKPN.
- Kurniawan, R., Saudi, M.H.M., dan Wijaya, Z.R. (2018). The Influence of Brand Equity and STP Towards Pricing Strategy and the Impact on Decision Making. *International Journal of Engineering & Technology*, 7, 318-326.
- Pardosi, J. M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Yamaha Mio Series Pada PT. Bahana Cahaya Sejati.
- Saladin, D. (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (1 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Santoso, S. (2014). In *Statistik Multivariat Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sari, R. M. (2017). Pengaruh Fitur dan Brand Image terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil Suzuki Ertiga Di Bandung.
- Sudjana, N. (2009). In *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2010). In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). In *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). In *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Supriyadi, d. (2016, Januari). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3. Retrieved Juli 15, 2016
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (n.d.). Analisa Perilaku Konsumen. In *Manajemen Pemasaran* (1 ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2008). In *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.