



Kata Kunci:
Kualitas Pelayanan;
Strategi Harga;
Keputusan Pembelian

Keywords:
Service quality;
Pricing Strategy;
Buying decision

INDEXED IN
SINTA - Science and
Technology Index
Crossref
Google Scholar
Garba Rujukan Digital: Garuda

**CORRESPONDING
AUTHOR**

Mikla Klodia A. Duri
Universitas Abdul Aziz
Lamadjido (AZLAM) Palu

EMAIL

mikla.klodia31@gmail.com

OPEN ACCESS

E ISSN 2623-2022



Copyright (c) 2023 Jurnal Kolaboratif Sains

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Yamaha pada CV. Adiatma Motor Palu

The Influence of Service Quality and Price Strategy on Purchase Decisions of Yamaha Brand Motorcycles at CV. Adiatma Motor Palu

Mikla Klodia A. Duri^{1*}, Andi Mattulada Amir¹, Abdul Rahman Taher¹, Nunung Apriyani¹, Nurlailah¹

¹ Universitas Abdul Aziz Lamadjido (AZLAM) Palu

Abstrak: Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh simultan dan parsial kualitas pelayanan, strategi harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Yamaha pada CV. Adiatma Motor Palu. Penelitian menggunakan sampel 30 orang responden pelanggan dealer Yamaha CV. Adiatma Motor. Analisis data menggunakan analisis Regresi Linear Berganda dengan bantuan program SPSS for windows versi 16. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan strategi harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Yamaha pada CV. Adiatma Motor.

Abstract: The purpose of this study is to determine and analyze the simultaneous and partial effects of service quality, price strategy on purchasing decisions of Yamaha brand motorcycles at CV. Adiatma Motor Palu. The study used a sample of 30 Yamaha dealer customer respondents CV. Adiatma Motor. Data analysis used Multiple Linear Regression analysis with the help of the SPSS for Windows version 16 program. The results of this study were service quality and pricing strategy that partially and simultaneously had a positive and significant effect on purchasing decisions for Yamaha brand motorcycles at CV. Adiatma Motor.

Jurnal Kolaboratif Sains (JKS)

Volume 6 Issue 7 Juli 2023

Pages: 691-696

LATAR BELAKANG

Perkembangan zaman dan kultur yang meningkat, pelanggan menempuh kian berlimpah pilihan barang serta harga dan kualitas yang bermacam-macam, situasi tersebut memicu kompetisi didalam pabrik beraneka rupa semakin signifikan begitupun perusahaan jasa.

Pertumbuhan masyarakat semakin meningkat diikuti berbagai macamnya kegiatan pekerjaan mengharuskan semua kegiatan secepatnya dilaksanakan. Sehingga masyarakat mudah mengerjakan aktivitas dengan gesit, dengan kendaraan mempermudah kegiatan. Semakin maraknya kekuatan kompetisi, sangat penting tingkat mutu barang dalam upaya demi memajukan usaha. Berbagai macam keadaan itu, dengan keahlian pegawai yang bermutu dalam mengurus atau menata beragam persoalan apapun sehingga dibutuhkan kualitas pelayanan.

Perusahaan pencipta sepeda motor roda dua Yamaha yaitu Yamaha Indonesia Motor Manufacturing yang berdiri pada tanggal 6 Juli 1974. Mulai membuat dan awalnya hanya untuk merakit saja di tahun 1969 dan jepang yang mendatangkan semua perlengkapan.

Dealer Yamaha CV. Adiatma Motor sebagai dealer sepeda motor merk Yamaha di Provinsi Sulawesi Tengah khususnya di Kota Palu. CV. Adiatma Motor Palu didirikan pada 30 Januari 2010 serta menjual produk kendaraan sepeda motor roda dua yang bergaransi resmi.

Kualitas pelayanan pada CV. Adiatma Motor Palu yaitu dengan menanamkan kepercayaan kepada pelanggan dengan menjelaskan keunggulan, kelemahan, dan harga yang jelas pada setiap produk dengan jujur kepada pelanggan hingga melakukan Test Ride agar pelanggan merasa lebih yakin dan puas. Persaingan akan bisnis kendaraan sepeda motor di Indonesia sudah sangat marak, pesaing antara lain Honda, Suzuki, maupun Kawasaki. Hal ini pun dirasakan juga di Dealer Yamaha CV. Adiatma Motor Palu sehingga pengelola-pengelola dealer motor berusaha keras mengembangkan kualitas pelayanan dengan penerapan sistem manajemen.

Kualitas pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan dampak ketidaknyamanannya untuk pelanggan yang datang dan akhirnya pelanggan mulai beralih untuk menggunakan produk dealer motor yang dimiliki pesaing atau ke tempat lain. Jadi diperlukannya strategi-strategi pelayanan yang membuat pelanggan merasa nyaman.

Pemahaman mengenai kualitas pelayanan dan strategi harga dibutuhkan oleh semua kalangan perusahaan. Pelayanan kuat kaitannya dengan konsumen kemudian bakal menumbuhkan rasa puas konsumen dan kesetiaan konsumen pada produk yang diproduksi suatu usaha. Mewujudkan pelayanan dengan menciptakan cara-cara bersaing dengan kompetitor atau perusahaan pesaing.

Keputusan pembelian merupakan penentuan pelanggan mengenai pilihan pengutamakan terhadap brand yang menjadi serangkaian opsi sehingga, dapat dikatakan bahwa ada pelanggan yang memiliki keterkaitan tinggi untuk membeli barang atau pelanggan memiliki keterkaitan sedikit terhadap menentukan barang (Sutisna, 2003).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh simultan dan parsial kualitas pelayanan, strategi harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Yamaha pada CV. Adiatma Motor Palu.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif. Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada CV. Adiatma Motor Palu dengan objek penelitian adalah Kualitas Pelayanan dan Strategi Harga secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Yamaha pada CV. Adiatma Motor Palu. Penelitian menggunakan sampel 30 orang responden pelanggan dealer Yamaha CV. Adiatma Motor. Analisis data menggunakan analisis Regresi Linear Berganda dengan bantuan program SPSS for windows versi 16.

HASIL

Hasil Analisis Regresi Berganda. Analisis regresi dalam penelitian ini adalah regresi berganda, yang digunakan untuk menganalisis besarnya pengaruh variable bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Hasil analisis regresi berganda dalam penelitian ini adalah seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	0,115	1.931	
	Kualitas Pelayanan	0,313	0,111	0,372
	Strategi Harga	0,659	0,155	0,561

Sumber: Data SPSS 16.0, diolah penulis 2020

Berdasarkan hasil analisis regresi seperti pada tabel 1 di atas, maka persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = 0,115 + 0,372X_1 + 0,561X_2$$

Berdasarkan Persamaan regresi di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta (a) koefisien regresi dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,115 hal ini mengindikasikan bahwa jika variabel kualitas pelayanan dan strategi harga adalah 0 (nol) maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,115.

Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X₁) bernilai 0,372 hal tersebut mengindikasikan bahwa strategi pelayanan memiliki hubungan positif dengan keputusan pembelian. Artinya bahwa apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 persen, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 37,2 persen, dengan asumsi variabel yang lainnya konstan (tetap).

Koefisien regresi variabel strategi harga (X₂) bernilai 0,561, hal tersebut mengindikasikan bahwa strategi harga memiliki hubungan positif dengan keputusan pembelian. Artinya bahwa apabila strategi harga sebesar 1 persen, maka keputusan pembelian meningkat sebesar 56,1 persen, dengan asumsi variabel yang lainnya konstan (tetap).

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Harga secara signifikan Terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Yamaha pada CV. Adiatma Motor Palu. Dari hasil pengujian statistik yang dilaksanakan terhadap pokok pembahasan sebelumnya, bisa diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X₁) dan strategi harga (X₂) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor merk Yamaha pada CV. Adiatma Motor Palu.

Hasil penelitian ini juga terlihat pada deskriptif variabel jawaban responden terhadap indikator kualitas pelayanan dan strategi harga yang dinilai baik oleh responden. Berdasarkan jawaban responden atas variabel kualitas pelayanan item 1 yaitu penampilan fisik gedung Yamaha CV Adiatma motor palu baik dan nyaman dan strategi harga item 1 yaitu harga motor merk Yamaha di CV Adiatma moto palu terjangkau. Kesanggupan suatu perusahaan untuk memperlihatkan keberadaannya terhadap pihak luar. Antara lain seperti fasilitas fisik (gedung, buku, rak buku, meja, kursi, dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang digunakan), serta performa karyawan.

Harga yang merupakan satu-satunya unsure bauran pemasaran yang seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian yang tidak bias dikesampingkan oleh

perusahaan. Kotler & Keller (2009) mengatakan bahwa harga adalah salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mahatir Mohammad (2014) mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Study kasus pada dealer sepeda motor Honda di Kota Banjarnegara)".

Berdasarkan analisis bahwa Strategi pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Pajero di Kota Makassar dengan nilai koefisien determinasi R Square = 0,656. Ini mengindikasikan bahwa 65,6% variasi dari variabel keputusan pembelian ditentukan (dipengaruhi) oleh produk, harga, promosi dan distribusi. Jadi masih ada variabel bebas yang lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang tidak dimasukkan dalam model analisis.

Pengaruh Kualitas Pelayanan secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Yamaha pada CV. Aditama Motor Palu. Berdasarkan hasil uji statistik yang dilakukan pada pokok pembahasan sebelumnya dapat diketahui bahwa secara parsial variabel independen terdiri dari kualitas pelayanan (X1), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen, yaitu keputusan pembelian (Y).

Pengertian bukti fisik dalam kualitas pelayanan adalah bentuk aktualisasi nyata dapat terlihat atau digunakan oleh karyawan sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan.

Berarti dalam memberikan pelayanan, setiap orang yang menginginkan pelayanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang ditunjukkan oleh pengembang pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan. Bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, performance pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam pelayanan fisik yang dapat dilihat.

Selanjutnya penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Natalia Show (2013) "Pengaruh Kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU150 di Kota Manado." Metode analisis yang digunakan, regresi linear berganda, koefisien korelasi (r), uji asumsi klasik serta pengujian hipotesis menggunakan uji F dan T. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa Suzuki Satria FU150 harus mampu mempertahankan layanan yang berkualitas dan meningkatkan kepercayaan pelanggan agar supaya dapat meningkatkan tingkat performa penjualan Suzuki Satria FU150.

Pengaruh strategi harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Yamaha pada CV. Adiatma Motor Palu. Berdasarkan uji statistik dapat dilihat bahwa variabel strategi harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y), dengan artian bahwa setiap perubahan pada indikator harga akan memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil persepsi responden mengenai indikator harga, penetapan harga yang diberikan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama dan penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen. Harga juga mempunyai peranan yang penting dalam mengkomunikasikan kualitas produk tersebut kepada konsumen. Harga yang tinggi menunjukkan bahwa barang tersebut memiliki kualitas yang bagus.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Irsyad (2018) mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax pada konsumen Yamaha Batu Raja". Menjelaskan tentang pengaruh kualitas produk dan dan harga sehingga konsumen mengambil keputusan untuk membeli motor Yamaha Nmax Batu Raja. Jenis penelitian merupakan penelitian deskriptif dan verifikatif.

KESIMPULAN

Studi ini menyimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan (X1), dan strategi harga (X2) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor merk Yamaha pada CV. Adiatma Motor Palu. Secara parsial variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor merk Yamaha pada CV. Adiatma Motor Palu. Dan secara parsial variabel strategi harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor merk Yamaha pada CV. Adiatma Motor Palu.

REKOMENDASI

Lebih mengembangkan kualitas pelayanan sehingga konsumen lebih merasa nyaman, puas dan menjadi pelanggan setia dealer Yamaha CV. Adiatma Motor Palu.

Melakukan inovasi terhadap strategi-strategi harga yang diberikan kepada konsumen agar mampu meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atik, dan Ratmianto.(2005). Manajemen Pelayanan, disertai dengan Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal. Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- As, Moenir, (2001), Manajemen Pelayanan Umum, Bumi Aksara, Jakarta.
- Ariani, D. Wahyu. (2009). Manajemen Operasi Jasa. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Assaun, Sofyan. (2004). Manajemen Produksi dan Operasi. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Best Roger J, Coney Kenneth A, Hawkins Dei I,(2001),Consumer Behavior,Building Strategy, McGraw-Hill Education, New York. USA.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) Manajemen Pemasaran Modera, Liberti, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS (Edisi Ke 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2009). " Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS". Semarang: UNDIP
- H.A.S .Moenir , (2010) . Manajemen pelayanan umum di Indonesia , Jakarta: Bumi Aksara.
- Hair, Joseph F. Jr.et.al.(2010), Multivariate Data Analysis 7th Edition.Pearson Education Limited Harlow. England.
- Kotler, Philip. (1997). Manajemen Pemasaran 9e: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol.Jakarta:PT. Prehalindo.
- Kotler, Philip & Anastasia Diana. (2001). Total Quality Management.Yogyakarta:Penerbit ANDI.
- Kotler,dan Keller.(2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta :Erlangga
- Kotler, dan Keller.(2009). Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Ma'ruf, Hendri. (2006). Pemasaran Ritel.Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Mahatir, Mohamad A21111317. (2014). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Pajero Di Kota Makassar, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.
- Muhammad Irsyad. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Pada Konsumen Yamaha Batu Raja.Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Napitupulu, Paimin. (2007). Pelayanan Publik dan Customer Satisfictior. Bandung: PT. Alumni
- Partua Pramana Hamongan Sinaga. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Warnet Chamber Semarang. Skripsi: FE,

UNDIP.

- Robbins, Stephen. (1990). *Perilaku Organisasi*, Jakarta : Prehalindo.
- Ruslan, Rosady. (2004). *Public Relation*. Edisi Revisi ke-2. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ridwan, dan Kuncoro. (2011). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung : Alfabeta.
- Siow, Natalia 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU 150 Di Kota Manado*. Jurnal EMBA, Vol.1, No.3. Manado: Universitas Samratulangi.
- Sudjana. 2001. *Metode & Teknik Pembelajaran Partisipatif*. Bandung : Falah Production
- Sutisna, (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Ketiga. Bandung PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategic : Top Brand Indonesia*. Yogyakarta : Andi Offset
- Santoso, Sunggih. (2010). *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Zeithaml, Valerie A. & Mary Jo Bitner. 2000. *Service Marketing; Integrating Customer Accross The Firm*. McGraw Hill Inc.. USA