

Analisis Kualitas Produk Sepeda Motor Honda

Muhamad Jundanila
Universitas Bina Bangsa

Nasrulloh
Universitas Bina Bangsa

Syamsul Hidayat
Universitas Bina Bangsa

Alamat: Jl Raya Serang – Jakarta, KM. 03 No. 1B, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang,
Banten 42124

Korespondensi penulis: muhamadjundannilaa@gmail.com

Abstract. *The Indonesian economy is currently developing rapidly. One example is the need for motorbikes which are of interest to the public. In the motorbike industry, it is possible for manufacturers to compete with each other by achieving high sales by prioritizing attractive appearance and design in motorbike design, so that consumers are interested in the research method in this research using quantitative methods. The population in the study is the general public who use Honda motorbikes, so they can provide opinions about the quality of Honda motorbikes. In this study, the population is infinite, while the sample taken was 302 respondents. The results of the data analysis above show that there are no differences of opinion on each question, this happens because the data is valid and reliable. What can be concluded is that the opinion of the respondents believes that the quality of Honda motorbikes is very good. The factors in this questionnaire question are quality, influence of quality, performance, durability, specifications, promotion and brand image. Based on research conducted on Honda motorbikes, it can be concluded that product quality, influence of quality, performance, durability, specifications, promotion and brand image has a significant effect on consumer satisfaction. Because good quality can make consumers believe in a product being marketed so that it will attract existing competitors.*

Keywords: *Buyer decisions, quality, competition*

Abstrak. Perekonomian Indonesia saat ini berkembang pesat. Salah satu contohnya adalah kebutuhan akan sepeda motor yang diminati masyarakat. Di Industri sepeda motor memungkinkan produsen untuk bersaing satu sama lain dengan mencapai penjualan yang tinggi dengan mengutamakan tampilan dan desain yang menarik dalam desain sepeda motor, sehingga konsumen tertarik metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian merupakan Masyarakat umum yang menggunakan sepeda motor Honda, sehingga dapat memberikan pendapat tentang kualitas sepeda motor Honda. Dalam penelitian ini jumlah populasinya tak terhingga sedangkan sampel yang diambil sebesar 302 responden Hasil analisis data diatas menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan pendapat pada setiap pertanyaan, hal ini terjadi karena data tersebut valid dan dapat diandalkan. Yang dapat disimpulkan bahwa pendapat para responden menyakini kualitas sepeda motor honda sangatlah baik. Faktor yang ada pada pertanyaan kuesioner ini adalah kualitas, pengaruh kualitas, kinerja, daya tahan, spesifikasi, promosi dan citra merek. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada sepeda motor honda dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, pengaruh kualitas, kinerja, daya tahan, spesifikasi, promosi dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena kualitas yang baik dapat membuat konsumen percaya pada suatu produk yang dipasarkan sehingga akan mendatangkan saingan yang ada.

Kata kunci: Keputusan pembeli, kualitas, persaingan

LATAR BELAKANG

Perekonomian Indonesia saat ini berkembang pesat karena perkembangan teknologi yang sangat pesat. Salah satu contoh spesifiknya adalah kebutuhan akan sepeda motor yang banyak diminati masyarakat. Di Indonesia, sepeda motor banyak digunakan tidak hanya untuk acara-

acara bergengsi, tetapi juga untuk kegiatan yang lebih efektif dan efektif. (Muhaimin Daud ; Andi Artono; Eni Prasititi)

Dalam kegiatan pemasaran produk, produsen juga melihat pilihan apa saja yang dimiliki konsumen. Produsen juga memperhatikan cara agar konsumen tertarik dengan produknya. Produsen lebih memperhatikan kepentingan konsumen terhadap produknya. Seperti yang dilakukan produsen sepeda motor Honda. Produsen menggunakan reputasinya untuk memutuskan apakah suatu produk bagus dan layak digunakan, sehingga produsen lebih memperhatikan citra merek untuk bersaing dengan produk berpengalaman di pasar. (Muhaimin Daud ; Andi Artono; Eni Prasititi)

Dapat dikatakan bahwa perilaku berbelanja seseorang adalah unik karena preferensi dan sikap setiap orang terhadap suatu benda berbeda-beda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda-beda, pihak produsen hendaknya memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek yang ada di pasaran, bagaimana cara menciptakan minat konsumen terhadap produk yang dihasilkannya. Jadi setiap perusahaan menggunakan pemasaran sebagai tolok ukurnya. Kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kinerja produk, sehingga kualitas erat kaitannya dengan konsumen. (siti marlina AZ)

KAJIAN TEORITIS

Honda merupakan salah satu perusahaan otomotif yang memproduksi kendaraan roda dua (sepeda motor), khususnya sepeda motor matic. Produk sepeda motor Honda lebih disukai masyarakat luas dibandingkan dengan merek sepeda motor lainnya. Keunggulan dari produk sepeda motor Honda adalah memiliki ciri khas tersendiri, seperti logo, desain. Banyak orang yang menghubungi bengkel sepeda motor honda, harga jual relatif tinggi dan stabil, suara mesin sangat halus, irit bahan bakar, sepeda motor honda mempunyai reputasi yang baik di kalangan masyarakat, sehingga merek honda menjadi apa yang diinginkan konsumen, dan memiliki Persaingan yang semakin ketat membuat PT Astra Honda Motor harus menghadapi berbagai persaingan dari perusahaan-perusahaan yang memproduksi produk sepeda motor seperti sepeda motor Honda, sehingga dalam kegiatan penjualannya Honda merencanakan tujuan perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang dirancang untuk meningkatkan pembelian konsumen. (Geby Laylany Widjanarko Soni Harsono)

Di Indonesia, industri sepeda motor memungkinkan produsen untuk bersaing satu sama lain dengan mencapai penjualan yang tinggi dengan mengutamakan tampilan dan desain yang menarik dalam desain sepeda motor, sehingga konsumen tertarik dengan produk yang

ditawarkan oleh masing-masing perusahaan. Kesadaran merek adalah pertanyaan apakah merek muncul di benak konsumen ketika memikirkan kategori produk tertentu, dan apakah ini karena betapa mudahnya Shimp menyajikan nama tersebut. (Geby Laylany Widjanarko Soni Harsono)

Sepeda motor merupakan alat transportasi yang paling digemari masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan data yang dihimpun BPS (Badan Pusat Statistik) terdapat 113.030.793 juta kendaraan roda dua di Indonesia. Dipilihnya sepeda motor sebagai alat transportasi terpopuler karena keunggulan sepeda motor itu sendiri dari segi biaya perawatan, konsumsi bahan bakar, efisiensi berkendara, kenyamanan dan menerobos kemacetan jalan. (Kadek Edi Juliana, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi dan Gede Putu Agus Jana Susila)

Perkembangan sepeda motor matic di Indonesia berkembang pesat. Permintaan bertambah setiap tahunnya. Sepeda motor matic pertama di Indonesia diluncurkan oleh Piaggio yang merilis Vespa Corsa 125. Sepeda motor matic pertama di dunia diproduksi untuk pasar Indonesia pada tahun 1984. Saat itu perkembangannya cukup bagus sehingga pabrikan di industri sepeda motor mengeluarkan beberapa produk sepeda motor di Indonesia, salah satu produk sepeda motor yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah Honda. (Geby Laylany Widjanarko Soni Harsono)

No	Merek Sepeda Motor	Presentase Penjualan
1.	Honda	80%
2.	Yamaha	70%

Dari data yang ada bahwa sepeda motor Honda Beat telah berhasil berada di posisi tertinggi dibandingkan Yamaha. Karena Yamaha mengalami penurunan pangsa pasar sebesar 9,9%. Dalam hal ini persaingan akan besar yang menyebabkan pembelian motor Honda menurun agar tidak berada di posisi pertama lagi. (Kadek Edi Juliana, Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, Gede Putu Agus Jana Susila)

Produk sepeda motor Honda sangat memiliki kualitas produk yang terbaik diantara sepeda motor lainnya. Keunggulan kualitas produk Honda yaitu logo, desain, performa, irit bahan bakar, dll. Sehingga dengan kualitas tersebut Honda memiliki reputasi yang baik dikalangan masyarakat. (Gaby Laylany Widjarnako Soni Harsono)

Adapun rumusan masalahnya yaitu bagaimana kualitas motor Honda dan bagaimana persaingan motor Honda. Berdasarkan permasalahan tersebut maka tujuan riset adalah untuk menganalisis kualitas produk sepeda motor Honda. Sehingga dapat mengetahui bagaimana persaingan motor Honda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas produk sepeda motor honda. Sehingga metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif ini berdasarkan pada filsafat positivme yang digunakan untuk mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis.

Populasi dalam penelitian merupakan Masyarakat umum yang menggunakan sepeda motor Honda, sehingga dapat memberikan pendapat tentang kualitas sepeda motor Honda. Dalam penelitian ini jumlah populasi nya tak terhingga sedangkan sampel yang diambil sebesar 302 responden yang sudah mengisi kuesioner.

Teknik pengumpulan data yang diambil dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer yaitu melakukan penyebaran kuesioner (daftar pertanyaan) yang akan dijawab oleh responden. Dalam hal ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan presepsi seseorang tentang suatu objek.

Instrumen di dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner, yaitu lembaran yang berisikan pernyataan atau pertanyaan yang diberikan untuk responden yang akan diberi bobot nilai. Kuesioner ini berisikan profil responden seperti nama, usia dan jenis kelamin. Selain itu terdapat pertanyaan mengenai pendapat responden mengenai kualitas sepeda motor honda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Data responden yang diperoleh adalah penelitian ini berasal dari kuesioner yang di bagikan secara online melalui google form pada konsumen pengguna sepeda motor honda. Responden yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 302 responden.

Tabel 1. Berdasarkan jenis kelamin

Keterangan	Klasifikasi	Jumlah Responden
Jenis Kelamin	Laki-laki	115
	Perempuan	187
Jumlah		302

Sumber: hasil kuesioner 2024

Berdasarkan hasil diatas tentang kareteristik gender pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa responden laki laki berjumlah 115 dan responden Perempuan berjumlah 187. Hal ini menunjukkan bahwa responden jenis kelamin Perempuan cenderung lebih banyak yang menggunakan sepeda motor honda.

Tabel 2. Berdasarkan usia

Keterangan	Klasifikasi	Jumlah Responden
Usia	17-22	291
	23-28	11
Jumlah		302

Sumber: hasil kuesioner 2024

Berdasarkan hasil diatas tentang kareteristik Usia pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa responden dengan usia 17-22 tahun berjumlah 291 dan 23-28, hal ini menunjukkan bahwa responden dengan usia 17-22 tahun cenderung lebih banyak menggunakan sepeda motor honda.

2. UJI VALIDITAS

Tabel 3. Uji validitas

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.388**	.408**	.389**	.400**	.450**	.311**	.672**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	302	302	302	302	302	302	302	302
P2	Pearson Correlation	.388**	1	.447**	.268**	.254**	.290**	.358**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	302	302	302	302	302	302	302	302
P3	Pearson Correlation	.408**	.447**	1	.523**	.481**	.431**	.406**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	302	302	302	302	302	302	302	302
P4	Pearson Correlation	.389**	.268**	.523**	1	.538**	.404**	.484**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	302	302	302	302	302	302	302	302
P5	Pearson Correlation	.400**	.254**	.481**	.538**	1	.509**	.318**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	302	302	302	302	302	302	302	302
P6	Pearson Correlation	.450**	.290**	.431**	.404**	.509**	1	.447**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	302	302	302	302	302	302	302	302
P7	Pearson Correlation	.311**	.358**	.406**	.484**	.318**	.447**	1	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	302	302	302	302	302	302	302	302
TOTAL	Pearson Correlation	.672**	.598**	.758**	.747**	.721**	.720**	.682**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	302	302	302	302	302	302	302	302

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : SPSS 2024

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan nilai signifikasinya sama yaitu 0,000 maka data tersebut valid karena $0,000 < 0,05$ sedangkan jika $\text{sig} > 0,05$ tidak valid.

3. UJI RELIABILITAS

Tabel 4. Uji reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	7

Sumber : SPSS 2024

Secara umum, data yang ingin dinyatakan reliabel harus mempunyai Cronbach's alpha $> 0,6$. Jika $< 0,6$ maka data tidak reliabel. Dari data di atas diperoleh Cronbach's alpha sebesar 0,827 $> 0,06$ yang berarti data tersebut reliabel.

4. UJI DESKRPTIF

Tabel 5. Uji deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
P1	302	3	5	4.30	.656
P2	302	2	5	4.34	.647
P3	302	1	5	4.10	.731
P4	302	1	5	3.97	.755
P5	302	1	5	4.05	.732
P6	302	3	5	4.07	.705
P7	302	2	5	4.00	.727
Valid N (listwise)	302				

Sumber : SPSS 2024

Hasil data di atas dapat dilihat bahwa variabel P1 memiliki nilai terendah 3 dan nilai tertingginya 5 dengan nilai rata-rata sebesar 4,30 dan standar deviasinya sebesar 0,656. Variabel P2 memiliki nilai terendah 2 dan nilai tertingginya 5 dengan nilai rata-rata sebesar 4,34 dan standar deviasinya sebesar 0,647. Variabel P3 memiliki nilai terendah 1 dan nilai tertingginya 5 dengan nilai rata-rata sebesar 4,10 dan standar deviasinya sebesar 0,731. Variabel P4 memiliki nilai terendah 1 dan nilai tertingginya 5 dengan nilai rata-rata sebesar 3,97 dan standar deviasinya sebesar 0,755. Variabel P5 memiliki nilai terendah 1 dan nilai tertingginya 5 dengan nilai rata-rata sebesar 4,05 dan standar deviasinya sebesar 0,732. Variabel P6 memiliki nilai terendah 3 dan nilai tertingginya 5 dengan nilai rata-rata sebesar 4,07 dan standar deviasinya sebesar 0,705. Dan yang terakhir variabel P7 memiliki nilai

terendah 2 dan nilai tertinggi 5 dengan nilai rata-rata sebesar 4,00 dan standar deviasinya sebesar 0,727.

PEMBAHASAN

Hasil analisis data yang diperoleh dari kuesioner menunjukkan bahwa pendapat para responden menyakini bahwa kualitas sepeda motor honda sangatlah baik. Faktor yang ada pada pertanyaan kuesioner ini adalah kualitas, pengaruh kualitas, kinerja, daya tahan, spesifikasi, promosi dan citra merek.

A. Kualitas sepeda motor honda

Tabel 7. Kualitas sepeda motor honda

No	Keterangan	Jumlah Responden
1	Sangat setuju	144
2	Setuju	125
3	Netral	33
4	Tidak setuju	0
5	Sangat tidak setuju	0
Jumlah		302

Sumber : hasil kuesioner 2024

Pada hasil data di atas diperoleh 144 responden sangat setuju, 125 responden setuju, dan 33 responden netral terhadap kualitas sepeda motor. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jawaban pertanyaan mengenai kualitas produk yang berarti responden menyatakan kualitas sepeda motor Honda terjamin kualitasnya baik.

B. Kualitas motor honda terhadap Keputusan pembelian

Tabel 8. Kualitas motor honda terhadap Keputusan pembelian

No	Keterangan	Jumlah Responden
1	Sangat setuju	146
2	Setuju	131
3	Netral	23
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	0
Jumlah		302

Sumber : hasil kuesioner 2024

Pada hasil data di atas diperoleh 146 responden sangat setuju, 131 responden setuju, 23 responden netral dan 2 responden tidak setuju terhadap kualitas sepeda motor honda terhadap Keputusan pembelian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jawaban pertanyaan mengenai kualitas sepeda motor honda terhadap Keputusan pembelian yang berarti responden menyatakan kualitas sepeda motor Honda mempengaruhi konsumen untuk membeli atau tidaknya suatu produk.

C. Kinerja sepeda motor honda

Tabel 9. Kinerja sepeda motor honda

No	Keterangan	Jumlah Responden
1	Sangat setuju	90
2	Setuju	155
3	Netral	53
4	Tidak setuju	3
5	Sangat tidak setuju	1
Jumlah		302

Sumber : hasil kuesioner 2024

Pada hasil data di atas diperoleh 90 responden sangat setuju, 155 responden setuju, 53 responden netral, 3 responden tidak setuju dan 1 responden yang sangat tidak setuju terhadap kinerja sepeda motor honda. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jawaban pertanyaan mengenai kinerja sepeda motor honda responden menyatakan kinerja sepeda motor honda sangat baik.

D. Daya tahan motor honda

Tabel 10. Daya tahan sepeda motor honda

No	Keterangan	Jumlah Responden
1	Sangat setuju	69
2	Setuju	165
3	Netral	58
4	Tidak setuju	9
5	Sangat tidak setuju	1
Jumlah		302

Sumber : hasil kuesioner 2024

Pada hasil data di atas diperoleh 69 responden sangat setuju, 165 responden setuju, 58 responden netral, 9 responden tidak setuju dan 1 responden yang sangat tidak setuju terhadap daya tahan motor honda. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jawaban pertanyaan mengenai kinerja sepeda motor honda yang berarti responden menyatakan daya tahan motor honda sangat baik.

E. Kesesuaian spesifikasi motor honda

Tabel 11. Kesesuaian spesifikasi motor honda

No	Keterangan	Jumlah Responden
1	Sangat setuju	81
2	Setuju	160
3	Netral	56
4	Tidak setuju	4
5	Sangat tidak setuju	1
Jumlah		302

Sumber : hasil kuesioner 2024

Pada hasil data di atas diperoleh 81 responden sangat setuju, 160 responden setuju, 56 responden netral, 4 responden tidak setuju dan 1 responden yang sangat tidak setuju terhadap

kesesuaian spesifikasi motor honda. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jawaban pertanyaan mengenai kesesuaian spesifikasi sepeda motor honda yang berarti responden menyatakan bahwa spesifikasi motor honda sesuai.

F. Promosi iklan motor honda

Tabel 12. Promosi iklan motor honda

No	Keterangan	Jumlah Responden
1	Sangat setuju	86
2	Setuju	151
3	Netral	65
4	Tidak setuju	0
5	Sangat tidak setuju	0
Jumlah		302

Sumber : hasil kuesioner 2024

Pada hasil data di atas diperoleh 86 responden sangat setuju, 151 responden setuju, dan 65 responden netral terhadap promosi iklan motor honda. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jawaban pertanyaan mengenai promosi iklan sepeda motor honda yang berarti responden menyatakan promosi iklan motor honda dapat menjadi salah satu Keputusan pembeli.

G. Citra merek sepeda motor honda

Tabel 13. Citra merek sepeda motor honda

No	Keterangan	Jumlah Responden
1	Sangat setuju	78
2	Setuju	149
3	Netral	73
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	0
Jumlah		302

Sumber : hasil kuesioner 2024

Pada hasil data di atas diperoleh 78 responden sangat setuju, 149 responden setuju, 73 responden netral dan 2 responden tidak setuju terhadap citra merek sepeda motor honda. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jawaban pertanyaan mengenai citra merek sepeda motor honda yang berarti responden menyatakan citra merek sepeda motor honda dapat mempengaruhi persaingan penjualan.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada sepeda motor honda dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, pengaruh kualitas, kinerja, daya tahan, spesifikasi, promosi dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena kualitas yang baik dapat

membuat konsumen percaya pada suatu produk yang dipasarkan sehingga akan mendatangkan saingan yang ada.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti memberikan beberapa saran, diantaranya sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang baik dapat menarik konsumen dan kesesuaian antara spesifikasi dengan motor nya harus tepat dan sesuai.
2. Bagi pembaca yang tertarik untuk melakukan penelitian ini, disarankan untuk membuat kuesioner yang baik dan benar agar memudahkan dalam mengolah data di hasil pembahasannya.

DAFTAR REFERENSI

- Marlina, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18(1)
- Widjanarko, G. & Harsono, S. (2019). Kesadaran merek, citra merek, persepsi terhadap niat beli sepeda motor honda vario di Surabaya. *Journal of business and banking*, 9(1)
- Daud, M., Artono, A., & Prastiti, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Honda. *Jimek*,. 1(1)
- Qito, S., Hermani, A., & Ngatno. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Pt Astra Honda Motor Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*,. 3(1)