

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI, HARGA DAN
BUDAYA TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR YAMAHA PADA MAHASISWA NTT
DI DINOYO KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

MANAJEMEN



Oleh:

REMIGIUS JEMALU

NIM 2018120059

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2021**

PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI, HARGA DAN BUDAYA TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA PADA MAHASISWA NTT DI DINOYO KOTA MALANG

Remigius Jemalu⁽¹⁾
Retno Ayu D.N.,SE.,MM⁽²⁾, Warter Agustim, SE.,MM⁽³⁾

⁽¹⁾Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang

⁽²⁾⁽³⁾Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang

Email: remijemalu@gmail.com

RINGKASAN

Perkembangan zaman yang semakin canggih, perilaku manusia pun sangat sensitif terhadap kehadiran produk yang baru, yaitu setiap manusia memiliki perbedaan dalam memilih/membeli produk. Alasan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas barang, pengembangan, biaya dan budaya terhadap perilaku pembelian kapal penjelajah Yamaha (analisis kontekstual pada mahasiswa NTT di Kota Malang) baik pada tingkat tertentu maupun pada saat yang bersamaan. Pemeriksaan ini menggunakan eksplorasi kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa NTT di Dinoyo, Kota Malang, metode pengujian menggunakan purposive testing dengan ukuran mahasiswa NTT yang tinggal di Dinoyo dan telah membeli sepeda motor Yamaha, yang mendapat sampel sebanyak 97 orang. Instrumen eksplorasi menggunakan survei, investigasi informasi menggunakan kekambuhan langsung yang berbeda, pengujian spekulasi menggunakan uji t dan uji F. Berbagai hasil berganda langsung didapatkan koefisien regresi positif untuk variabel kualitas produk, inovasi, dan budaya, sedangkan variabel harga memiliki nilai koefisien regresi negatif, serta nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,608. Hasil pengujian uji t diperoleh masing-masing variabel memiliki nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (t_{tabel} dari 97 responden adalah 2,000) dengan nilai signifikan kurang dari 5% ($p\ value < 0,05$), sedangkan hasil uji F diperoleh nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dengan nilai signifikan kurang dari 5% ($p\ value \leq 0,05$). **Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga, inovasi, harga, dan budaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian sepeda motor Yamaha pada mahasiswa NTT di Dinoyo Kota Malang baik secara parsial maupun secara simultan.** Produsen sepeda motor Yamaha dapat memproduksi sepeda motor dapat memperhatikan kualitas, keterbaruan inovasi, harga, budaya konsumen, sehingga hal ini dapat memberikan keuntungan bagi konsumen maupun produsen.

Kata Kunci: Budaya, Inovasi, Harga, Kualitas Produk, Perilaku Pembelian, Sepeda Motor Yamaha.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam bidang teknologi di Indonesia sangat cepat perkembangannya, lebih khusus di bidang teknologi otomotif. Di Indonesia sekarang juga, sepeda motor bukan hanya meringankan dalam memobilisasi tetapi dengan kehadiran produk yang berbagai macam desainnya sehingga sepeda motor juga lebih mengarah ke gaya hidup individu maupun kelompok.

Seiring perkembangan zaman yang semakin canggih dan perilaku manusia pun sangat sensitif terhadap kehadiran produk yang baru sehingga. Dengan kehadiran produk kendaraan bermotor yang berbagai macam merk, perilaku setiap manusia juga berbeda dalam memilih atau membeli produk. Adapun beberapa cara agar perusahaan mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat dan mampu mengatasi dari berbagai perilaku konsumen dalam membeli produk, maka perusahaan diperlukan menciptakan kualitas produk, inovasi, harga dan budaya sehingga dapat membawa pengaruh terhadap kelangsungan perilaku pembelian produk khususnya dalam membeli Sepeda Motor Yamaha.

Perilaku manusia sekarang dengan kehadiran produk berbagai merek, sehingga kualitas produk, inovasi, harga dan budaya sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian sepeda motor. Perilaku manusia juga menjadi faktor yang paling diperlukan dengan dipertimbangkan bagi pemasar produk sepeda Motor Yamaha.

Seperti yang ditunjukkan oleh, (Kotler dan Armstrong: 2012). Kualitas barang adalah kapasitas suatu barang untuk menunjukkan nilainya, ini mencakup pada umumnya soliditas, ketergantungan, presisi, kesederhanaan aktivitas, dan perbaikan barang serta kredit barang lainnya. Karena di era sekarang perkembangan teknologi yang semakin pesat sehingga dapat memberikan dampak terhadap perusahaan yang bergerak dibidang otomotif, industri, reseller terhadap perilaku manusia dalam memilih produk.

Kualitas produk, inovasi, harga dan budaya sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian motor Yamaha. Karena sebagian konsumen sebelum memilih produk ada beberapa pertimbangan konsumen sebelum memilih terhadap suatu produk diantaranya bagaimana kualitas produknya, inovasi produknya seperti apa dan harga di setiap produknya dan apakah produknya sesuai dengan budaya dan lingkungan. Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Goetdch dan Davis (2002: 4). Kualitas barang adalah kondisi kuat yang terkait dengan barang dagangan, administrasi, individu, barang, dan iklim yang memenuhi atau melampaui asumsi.

Bukan hanya kualitas produk saja yang berpengaruh penting terhadap perilaku pembelian Sepeda Motor Yamaha, tetapi inovasi, harga dan budaya juga sangat berpengaruh penting terhadap Perilaku Konsumen. Harga merupakan faktor yang mendasar dalam mengukur tingkat kualitas produk yang akan dibeli. Harga yang akan ditawarkan dalam produk Yamaha cukup relatif tinggi, tetapi harganya sesuai nilai kegunaannya dan kualitas yang diinginkan oleh pembeli.

Dengan demikian harga memiliki aspek yang paling penting dalam perilaku pembelian.

Kemudian dalam berinovasinya juga sangat berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian. Ketika konsumen menuntut terhadap produsen dalam melakukan proses desain model yang baru dengan seiring perkembangan zaman dan sesuai keinginan konsumen. Dengan demikian Sepeda Motor Yamaha juga selalu menghadirkan produk yang baru yang sesuai dengan selera konsumen dengan menggunakan teknologi yang terbaru. Hal ini dapat menjadi timbal balik yang baik terhadap konsumen dan produsen Yamaha, dalam meningkatkan loyalitas konsumen dan daya tarik konsumen sehingga meningkatkan daya jual produsen.

Harga juga merupakan faktor yang sangat berpengaruh penting terhadap perilaku pembelian Sepeda Motor Yamaha, karena harga merupakan patokan dasar untuk mengukur kemampuan sebuah produk dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Dalam konsep produksi suatu produk, produsen akan menentukan, seberapa nilai jual produk yang akan diproduksi untuk dapat mengetahui untung atau ruginya dalam melakukan penjualan. Hal ini merupakan konsumen dapat memilih produk tentunya.

Bukan hanya Kualitas produk, inovasi, harga yang dapat berpengaruh penting terhadap perilaku pembelian akan tetapi Budaya juga sangat berpengaruh penting terhadap perilaku pembelian. Karena setiap individu maupun kelompok akan berbeda-beda caranya dalam melakukan pembelian. Dapat dilihat dari latar belakang konsumen yang berbeda-beda maka otomatis perilaku setiap individu

juga berbeda dalam budaya melakukan pembelian. Konsumen akan menggunakan faktor budaya dalam melakukan pembelian untuk mengetahui karakter dan juga cara individu ataupun kelompok orang dalam memilih barang atau jasa. Sebagaimana yang di definisi menurut Kotler dan Keller (2012:151), Unsur-unsur sosial adalah kondisi kerangka nilai sosial, adat istiadat dan gaya hidup daerah setempat yang meliputi keberadaan seseorang, atau suatu perkumpulan dalam budaya yang sama yang memiliki bahasa pedoman, contoh dan peniruan yang sama dan mereka memiliki kualitas yang sama. Sedangkan budaya adalah pribadi mendasar masyarakat yang mengenalinya dari pertemuan sosial lainnya. Budaya adalah bermacam-macam kualitas dasar, kebijaksanaan, keinginan, dan cara berperilaku yang dikembangkan oleh individu atau kumpulan dari keluarga dan fondasi penting lainnya.

Mahasiswa juga merupakan salah satu konsumen Sepeda Motor Yamaha. Sepeda motor juga cukup banyak juga penggunaannya oleh Mahasiswa dalam menunjang transportasi ke kampus maupun dalam keperluan lainnya. Mahasiswa NTT di Dinoyo, Kota Malang yang menjadi penunjang transportasinya ke kampus yaitu dengan menggunakan sepeda Motor dari berbagai merek yaitu Yamaha, Kawasaki, Suzuki dan jenis merek lainnya. Berbagai pertimbangan mahasiswa dalam membeli motor yaitu Kualitas produk, inovasi, harga dan budaya.

Mengenai berbagai pemeriksaan yang telah diarahkan untuk menentukan kualitas barang, pengembangan, biaya dan budaya pada perilaku pembelian.

Dalam penelitian Setyabudi (2019), menyatakan bahwa agak menunjukkan kualitas barang mempengaruhi pilihan pembelian, biaya mempengaruhi perilaku

pembelian, pengembangan barang secara signifikan mempengaruhi perilaku pembelian. Sedangkan dalam eksplorasi Soewito (2013), menyatakan bahwa kualitas barang, merek dan konfigurasi pada dasarnya mempengaruhi perilaku pembelian baik pada waktu yang sama atau agak.

Mengingat landasan di atas, untuk memutuskan dampak kualitas barang, kemajuan, biaya, budaya, analisis dapat mengambil judul, ialah **PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI, HARGA DAN BUDAYA TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA (Studi Kasus Pada Mahasiswa NTT di Dinoyo Kota Malang).**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap perilaku pembelian Sepeda Motor Yamaha pada mahasiswa NTT di Dinoyo Kota Malang?
2. Apakah inovasi berpengaruh terhadap perilaku pembelian Sepeda Motor Yamaha pada mahasiswa NTT di Dinoyo Kota Malang?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap perilaku pembelian Sepeda Motor Yamaha pada Mahasiswa NTT di Dinoyo Kota Malang?
4. Apakah budaya berpengaruh terhadap perilaku pembelian Sepeda motor Yamaha pada Mahasiswa NTT di Dinoyo, Kota Malang?
5. Apakah kualitas produk, inovasi, harga dan budaya berpengaruh terhadap perilaku pembelian Sepeda Motor Yamaha pada mahasiswa NTT di Dinoyo Kota Malang?

1.3 Tujuan Masalah

Terdapat beberapa tujuan pada riset berikut ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap perilaku pembelian Sepeda Motor Yamaha pada Mahasiswa NTT di Dinoyo Kota Malang
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap perilaku pembelian Sepeda Motor Yamaha pada Mahasiswa NTT di Dinoyo Kota Malang
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap perilaku pembelian Sepeda motor Yamaha pada Mahasiswa NTT di Dinoyo Kota Malang
4. Untuk mengetahui pengaruh budaya terhadap perilaku pembelian Sepeda Motor Yamaha pada Mahasiswa NTT di Dinoyo Kota Malang
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, inovasi, harga dan budaya terhadap perilaku pembelian Sepeda motor Yamaha pada Mahasiswa NTT di Dinoyo Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat pada riset ini harapannya bisa memberikan manfaat secara praktis maupun secara teoritis.

1. Bagi Mahasiswa

Untuk meningkatkan dalam upaya membentuk kelompok penelitian studi belajar mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

2. Bagi Universitas

Untuk menjadikan tolak ukur dalam metode pembelajaran dengan berbagai fasilitator media untuk menambahkan kualitas pengajar dan pembelajaran yang lebih efektifitas dimasa mendatang.

3. Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini sangat diperlukan untuk menjadikan sebagai sumber referensi untuk peneliti lain di penelitian selanjutnya pada judul penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustim, W. (2010). Analisa Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 6(3), 196-204.
- Al Rasyid, H., & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Perspektif*, 16(1), 39-49
- Assael Henry. 1999. *Consumer Behavior and Marketing Action*, New York: South Western College Publishing
- Cynthia & Hendra N Tawas. 2014. Pengaruh orientasi kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.2 No.3, September. Hal. 1214-1224. ISSN 2303-1174

- Engel, Blackwell, Miniard. 1995. (terj. Drs. Budujanto). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Familiar, Kukuh, and Ida Maftukhah. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas
- Ferdinand, Augusty, 2006, "Metode Penelitian Manajemen", Badan Gitosudarmo
- Fure, H. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan manajemen Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Ghoni, A., & Bodroastuti, T. (2019). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah Di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang). *None*, 1(1), 103179.
- Hassan Iqbal. 2012. Pokok-Pokok Materi Statistik. Penerbit Bumi Aksara
- Hurley, Robert. F and Hult, G, Tomas. M, 1998, "Inovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Intergration and Empirical Examination", *Journal of Marketing*, July
- Imam Ghozali. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, 2005, Manajemen Pemasaran, Edisi kesembilan belas, Jilid-1, Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, kevin lane keller "manajemen pemasaran", Edisi 13, jillid 1, PT. Gelora aksara, Jakarta, 2008
- Kotler, P dan Keller K. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Erlangga, Jakarta.
- Lathif, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Sensitivitas Harga Terhadap Perilaku Pembelian Smartphone Produk China.
- Lupiyoadi, R. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Penerbit Salemba Empat.
- Murdani. 2021. (Pengaruh Inovasi Diferensiasi Reputasi Terhadap Citra Merek), *Skripsi*, Yogyakarta, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma.
- Nelly, A. (2021). *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Harga Dan Kualitas Produk Dengan Minat Membeli Produk Fashion Onlineshop Pada Mahasiswa* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung)

- Novitawati D. Ayu Retno, Mahfud Ari, Sasongko Totok. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Kuantitatif Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sanger Warung Kopi Malang. Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang
- Nuraini, A. (2015). *Pengaruh celebrity endorser dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada kosmetik wardah di kota semarang* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG).
- Prasetijo, R. & Ihalauw, J.J.O.I. (2005). Perilaku konsumen. Yogyakarta: Andi
- Razak, M. (2016). Perilaku konsumen
- SAIDANI, Basrah; ARIFIN, Samsul. Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 2012, 3.1: 1-22.
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Vol. 3). Prenada Media
- Setyabudi, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Shiffman, Leon G and Kanuk, Leslie, Laser, 2007, Perilaku Konsumen, Edisi ketujuh, Indeks, Jakarta.
- Sunarti, L. (2011). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, merek, promosi terhadap perilaku konsumen dalam membeli helm merek INK.
- Syahri, A. (2010), Pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian; studi kasus perusahaan media cetak surat kabar harian monitor Depok.