

Peran Harga Produk dalam Memediasi Pengaruh antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor

Rizka Fajrina S^{1*} Kalistya Rizki Pratondo² Nesa Novrizal³

^{1,2,3}Universitas Darunnajah, Jakarta, Indonesia

*rizkafajrina@darunnajah.ac.id

Info Artikel

Diterima : 21/05/2024 Direvisi : 28/05/2024 Disetujui : 30/05/2024 Diterbitkan : 1/06/2024

DOI: <https://doi.org/xxxx/xxxx>

Abstract

This study aims to determine the role of product prices in mediating the influence between product quality on purchasing decisions on motorcycle purchases. The sample in this study used a purposive sampling method distributed to consumers who had bought a motorcycle aged 25 years and over. The number of respondents in this study were 100 respondents. Data is obtained from sharing google forms that are shared via social media. The data analysis technique uses path analysis with the PLS-SEM method with SmartPLS software. The results showed that directly: product quality affects purchasing decisions, product quality affects product prices, product prices affect purchasing decisions, product prices are able to mediate the influence between product quality on purchasing decisions.

Keywords: *Product quality, Product Price, Purchase Decision.*

Pendahuluan

Penjualan sepeda motor di Indonesia pada awal 2024 mengalami penurunan bila dibandingkan periode sama tahun lalu. Data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menunjukkan penjualan sepeda motor domestik mencapai 592.658 unit pada Januari 2024, turun 3,69% dibandingkan Januari 2023. Penjualan sepeda motor domestik masih didominasi oleh *scooter* atau motor matik dengan kontribusi 90,55% pada Januari 2024. Kemudian segmen *underbone* atau motor bebek dan sport masing-masing berkontribusi 4,87%, dan 4,58% (Putra Yoedo, 2024).

Menurut Kurniawan (2021) motor bebek adalah motor yang memiliki desain bentuk rangka melengkung. Hal itu menyerupai leher bebek. Salah satu merek motor yang memiliki jenis ini adalah Honda. Misalnya adalah motor Honda Supra X 125 Fl. Motor Matik atau *scooter* adalah jenis motor tanpa operan gigi manual ataupun kopling dan hanya menggunakan operasi gas, rem, dan juga stang supaya motor bisa berjalan. Misalnya adalah Honda Beat dan Yamaha Mio. Motor sport adalah jenis sepeda motor yang dikhususkan untuk penggunaan balap dan kecepatan tinggi. Pengemudi yang mengemudikan sepeda motor berjenis sport ini relatif membungkuk ke depan dan posisi kaki yang sedikit ke belakang. Contoh dari motor sport adalah Yamaha R25 dan Hondo CBR 250 CC.

Data di Asia Tenggara, Indonesia menempati posisi kedua produsen kendaraan bermotor terbesar di Asia Tenggara dengan jumlah 1.470.146 unit. Bahkan, dari tahun ke tahun produksi kendaraan bermotor di Indonesia sendiri terus mengalami peningkatan. Tercatat, tahun 2019

Indonesia mencatatkan produksi sebesar 1.286.366. Kemudian, tahun 2020 produksi sepeda motor di Indonesia mengalami penurunan menjadi 690.176. Di tahun 2021, Indonesia menjadi menempati posisi keenam produsen kendaraan bermotor terbesar di Asia dengan produksi 1,12 juta unit (Annur 2023).

Data pengguna sepeda motor di Indonesia menurut data, sampai dengan 16 Maret 2023, jumlah sepeda motor yang terdata mencapai 130 juta unit atau tepatnya 130.536.506 unit. Padahal, berdasarkan catatan Korlantas Polri pada 18 Juli 2023, jumlah populasi sepeda motor adalah 128.595.993 unit. Artinya total kepemilikan sepeda motor alami penurunan sekitar 6,6 persen dari catatan pada tiga bulan yang lalu pada tahun yang sama (Janlika dan Ferdian 2023).

Seiring dengan penurunan jumlah penjualan sepeda motor ada salah satu penyebab penjualan sepeda motor di Indonesia yaitu adanya kasus rangka motor dari pabrikan sepeda motor yang mengalami penurunan kualitas yang mengakibatkan rawan patah pada rangka motor dari pabrikan sepeda motor. Menurut Sukma (2023) salah satu penyebab masyarakat takut membeli sepeda motor dikarenakan menurut konsumen sepeda motor keluaran terbaru tidak memperhatikan aspek keamanan dan kenyamanan konsumen dalam berkendara di jalan raya. Pabrikan sepeda motor hanya mengincar harga produksi yang murah dan mendapatkan keuntungan yang besar dalam membuat atau merancang sebuah sepeda motor sehingga mengorbankan keamanan dan kenyamanan konsumen dalam berkendara sehingga mengakibatkan menurunnya keputusan pembelian sepeda motor.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh psikologis dasar yang memiliki peran penting dalam memahami bagaimana customer membuat keputusan pembelian (Kotler 2017). Setiap orang melakukan keputusan pembelian biasanya akan memilih terlebih dahulu apa yang diinginkan sebelum memutuskan apa yang akan dibeli. Hal yang sama juga dijelaskan oleh Tua dan Andariyani (2022) , bahwa keputusan pembelian dapat dikatakan sebagai sebuah proses dimana customer mengenal produk baik dari kualitas produk maupun harga produk sebelum mengambil keputusan pembelian.

Kualitas produk dapat diartikan yaitu kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. Produk didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya Mutu atau kualitas produk dipengaruhi oleh faktor yang akan menentukan bahwa mutu barang dapat memenuhi tujuannya, yaitu untuk meningkatkan volume penjualan (Kodu, 2013) .Semakin bagus kualitas produk maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli sebuah sepeda motor.

Penelitian yang dilakukan oleh Ariella (2018) menghasilkan bahwa kualitas informasi dapat mempengaruhi oleh keputusan pembelian. Namun, masih terdapat perbedaan hasil penelitian yang di lakukan oleh Nadiya dan Wahyuningsih (2020) dengan mengambil sampel pembelian HP Xiaomi di kota Langsa mengatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Menurut hasil penelitian diatas, menunjukkan adanya research gap pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian, sehingga dibutuhkan variabel lain untuk dapat menghubungkan antara variabel harga produk. Harga produk dapat menjadi variabel penghubung antar keduanya, dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwar dan Satrio (2015) bahwa harga produk akan mencerminkan dari sebuah kualitas produk, jika kualitas produk baik dan harga produk terjangkau maka akan membuat konsumen melakukan keputusan pembelian secara cepat..

Berdasarkan pemaparan fenomena di atas, maka peneliti berkeinginan untuk meneliti lebih lanjut terkait hubungan peran variabel kualitas produk dan variabel mediasi harga produk dalam meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor.

Metode Penelitian

Penelitian ini menganalisis tentang pengaruh kualitas produk, harga produk terhadap proses pengambilan keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian *Explanatory Research* atau penelitian penjelasan yang menggunakan metode survei, pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode *Explanatory Research* merupakan metode penelitian yang menjelaskan pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain dan kedudukan variabel-variabel yang telah diteliti.

Menurut Sugiyono (2017) penelitian survei digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi tentang sampel dari satu populasi serta menggunakan kuesioner yang dijadikan sebagai alat pengumpul data pokok. Dikarenakan populasi dari para konsumen e-ritel ini tidak diketahui jumlahnya dan memiliki jumlah populasi yang besar, maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dengan menggunakan rumus Fraenkel, Wallen, dan Hyun (2012) bahwa paling sedikit untuk pengambilan jumlah responden pada penelitian deskriptif adalah sebesar 100 responden

Hasil dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini merupakan pengguna e-ritel bertempat tinggal di Indonesia sejumlah 100 responden. Kuesioner kemudian diberikan kepada responden melalui google form dan diminta untuk secara langsung menjawab item-item pernyataan yang telah disajikan di dalam kuesioner. Responden dikategorikan berdasarkan karakteristik seperti jenis kelamin, usia, tempat tinggal dan pernah melakukan pembelian sepeda motor. Beberapa karakteristik yang diperoleh setelah pengumpulan data melalui pengisian kuesioner adalah:.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Variabel	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Tempat tinggal	Bertempat tinggal di Indonesia	100	100%
Usia	25-30	10	10,0%
	31-45	67	67,0%
	46-60	23	23,0%
Jenis Kelamin	Laki Laki	67	67,0%
	Perempuan	33	33,0%
Pengguna e-ritel	Pernah melakukan pembelian sepeda motor	100	100%
		Total	100%

Sumber: Penulis, 2023

Hasil pengukuran validitas konvergen (*Convergent Validity Test*) diperoleh nilai *outer loading* pada tiap-tiap indikator masing-masing variabel lebih besar dari (\geq) 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa tiap-tiap variabel dinyatakan memenuhi standar kevalidan sesuai dengan

ketetapan nilai validitas konvergen (Convergent Validity Test), sehingga indikator refleksif dengan skor variabel latennya berkolerasi.

Hasil pengukuran AVE diperoleh data yang menunjukkan nilai AVE pada hasil pengujian discriminant validity pada variabel kualitas informasi, kepercayaan konsumen, kualitas interaksi, dan keputusan pembelian memiliki nilai Average Varian Extracted (AVE) lebih besar dari (\geq) 0,5 berarti kevalidan model penelitian telah teruji sesuai dengan ketetapan nilai average varian extracted (AVE) dan memenuhi standart, sehingga indikator refleksif dengan skor variabel latennya berkolerasi.

Tabel 2. Validity Test

Variabel	Items	Outers Loading	AVE	Keterangan
Kualitas Produk (X)	XHP1	0,826	0,563	Valid
	XHP2	0,775		Valid
	XHP3	0,769		Valid
	XHP4	0,651		Valid
Harga Produk (M)	MKP1	0,858	0,621	Valid
	MKP2	0,799		Valid
	MKP3	0,768		Valid
	MKP4	0,726		Valid
Keputusan Pembelian (Y)	YKP1	0,800	0,684	Valid
	YKP2	0,820		Valid
	YKP3	0,890		Valid
	YKP4	0,721		Valid

Sumber: Data dioleh SmartPLS, 2023

Tabel 3. Composite Reliability dan Croanbach Alpha

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X)	0,759	0,742	Reliabel
Harga Produk (M)	0,785	0,775	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,897	0,889	Reliabel

Sumber: Data dioleh SmartPLS, 2023

Berdasarkan hasil pengukuran pada tabel diatas diperoleh hasil bahwa nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel memiliki nilai \geq 0,6 yang menandakan sebuah variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik berdasarkan skor composite reliability \geq 0,6 pada masing-masing variabel penelitian, sedangkan Cronbach Alpha (Reliabilitas Internal Konsisten) memiliki reliabilitas komposit yang baik berdasarkan nilai koefisien alpha. Maka semua item instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan konsisten untuk pengujian selanjutnya.

Tabel 4. Hasil Pengujian Goodness of Fit

Variabel	R-Square
Harga Produk (X)	0,613
Keputusan Pembelian (Y)	0,596

Sumber: Data dioleh SmartPLS, 2023

Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai R-square atau koefisien determinasi pada variabel harga produk memiliki nilai 0,613 atau setara dengan 61,3%. Hal ini menunjukkan bahwa harga produk mampu dijelaskan oleh keputusan pembelian sebesar 61,3% dan sisanya yaitu sebesar 38,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

Output R-square untuk keputusan pembelian bernilai 0,596 setara dengan 59,6% yang menunjukkan bahwa konstruk keputusan pembelian mampu dijelaskan oleh kualitas produk dan harga produk sebesar 59,6% dan sisanya sebesar 40,4% dijelaskan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

Pengujian Q-Square atau Goodness of Fit atau bisa disebut juga koefisien determinasi total digunakan dalam mengukur tingkat baik tidaknya penelitian yang dilakukan untuk dampaknya dalam model yang digunakan dalam penelitian. Q-Square atau Goodness of Fit atau bisa disebut juga koefisien determinasi total diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2_1) (1 - R^2_2)$$

Dimana:

R^2 = Koefisien Determinasi Total

R^2 = Koefisien Determinasi

Hasil perhitungan berdasarkan rumus di atas adalah:

$$\begin{aligned} Q^2 &= 1 - (1 - 0,613) (1 - 0,596) \\ &= 1 - (0,387) (0,404) \\ &= 1 - 0,1563 \\ &= 0,8437 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil bahwa nilai Q-Square dalam menjelaskan hubungan dua konstruk laten di dalam model penelitian sebesar 0,8437 atau 84,37% kontribusinya dalam penelitian baik melalui pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung. Sisanya, sebesar 0,1563 atau 15,63% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Tabel 5. Hasil Pengujian Pengaruh Langsung

Hipotesis	Path Koefisien	T-Statistik	P-Value	Keterangan
X → Y	0,216	2,196	0,023	Diterima
X → M	0,630	9,175	0,000	Diterima
M → Y	0,445	4,160	0,000	Diterima

Sumber: Data diolah SmartPLS, 2023

H1 : Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Output dari analisis dan perhitungan hipotesis pertama ditemukan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,216, nilai T-statistic sebesar 2,196, dan nilai P-value sebesar $0,023 \leq 0,05$ (α). Kesimpulannya hipotesis pertama diterima, yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H2 : Kualitas produk berpengaruh terhadap harga produk

Output dari analisis dan perhitungan hipotesis kedua ditemukan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,630, nilai T-statistic sebesar 9,175, dan nilai P-value sebesar $0,000 \leq 0,05$ (α). Kesimpulannya hipotesis kedua diterima, yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap harga produk.

H3 : Harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Output dari analisis dan perhitungan hipotesis ketiga ditemukan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,445, nilai T-statistic sebesar 4,160, dan nilai P-value sebesar $0,000 \leq 0,05$ (α). Kesimpulannya hipotesis ketiga diterima, yang menyatakan bahwa harga produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 6. Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

Hipotesis	Path Koefisien	T-Statistic	P-Value	Keterangan
X → M → Y	0,280	3.788	0,000	Diterima

Sumber: Data diolah SmartPLS, 2023

H4 : Harga produk mampu memediasi pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Hasil analisis dan perhitungan ditemukan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,280, nilai T-statistic sebesar 3,788, dan nilai P-value sebesar $0,000 \leq 0,05$ (α). Kesimpulannya hipotesis keempat diterima, yang menyatakan bahwa variabel harga produk berperan dalam memediasi pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin baik kualitas produk dari sebuah produk sepeda motor tentu bisa mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan melakukan pembelian sepeda motor. Hasil penelitian ini telah mendukung penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sibirian dan Za (2016) dalam hasil penelitian menemukan bahwa kualitas interaksi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen.

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh kualitas produk terhadap harga produk dengan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap harga produk. Artinya, semakin baik kualitas produk dari sebuah produk sepeda motor tentu bisa mempengaruhi pabrikan sepeda motor dalam menentukan harga produk dari sebuah produk sepeda motor. Hasil penelitian ini telah mendukung penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Anwar dan Satrio (2015) dalam hasil penelitian menemukan bahwa kualitas interaksi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen.

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian dengan hasil bahwa harga produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin terjangkau harga dari sebuah produk sepeda motor tentu bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian sepeda motor. Hasil penelitian ini telah mendukung penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sari (2021) dalam hasil penelitian menemukan bahwa kualitas interaksi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen.

Hasil uji hipotesis penelitian terkait indirect effect atau pengaruh tak langsung yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui harga produk sebagai pemediasi dengan hasil bahwa harga produk mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Artinya kualitas produk yang baik dan harga produk yang terjangkau pastinya akan membuat konsumen cepat dalam mengambil

keputusan pembelian. Hasil penelitian ini telah mendukung penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Puspita dan Budiarmo (2020) dalam hasil penelitian menemukan bahwa kualitas interaksi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen

Referensi

- Annur, Cindy Latifah. 2023. "Indonesia, Negara dengan Penjualan Sepeda Motor Terbesar di ASEAN." 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/09/indonesia-negara-dengan-penjualan-sepeda-motor-terbesar-di-asean-sampai-september-2023>.
- Anwar, Iful, dan Budhi Satrio. 2015. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian" 4.
- Ariella, Irfan Rizqullah. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen MAZELNID." *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 3.
- Fraenkel, Jack R., Norman E. Wallen, dan Helen H. Hyun. 2012. *How to Design and Evaluate Research in Education*. 8th ed. New York: McGraw-Hill Humanities/Social Sciences/Languages.
- Janlika, Sari Indah, dan Azwar Ferdian. 2023. "Penurunan Jumlah Pengendara Motor Di Indonesia." 2023. <https://otomotif.kompas.com/read/2023/07/16/152100215/jumlah-sepeda-motor-di-indonesia-tembus-130-juta-unit#:~:text=Menurut%20data%20Korlantas%20Polri%2C%20sampai,motor%20adalah%20128.595.993%20unit>.
- Kodu, Sarini. 2013. "Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza."
- Kotler, Philip. 2017. "Philip Kotler: some of my adventures in marketing." *Journal of Historical Research in Marketing* 9 (2): 203–8. <https://doi.org/10.1108/jhrm-11-2016-0027>.
- Kurniawan, Fikri. 2021. "Mengenal 8 Jenis Sepeda Motor dari Model Skuter hingga Touring." 2021. <https://kumparan.com/berita-update/mengenal-6-jenis-dan-merek-sepeda-motor-yang-ada-di-indonesia-21AUEpszpak>.
- Nadiya, Farisa Hasna, dan Susanti Wahyuningsih. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)." *Prosiding Seminar Unimus* 3.
- Puspita, Cindy Mega, dan Agung Budiarmo. 2020. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9 (3): 268–75. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28079>.
- Putra Yoedo, Nuhansa Mikrifin. 2024. "Penjualan Sepeda Motor Lesu di Awal 2024." 2024. <https://otomotif.bisnis.com/read/20240211/273/1739815/penjualan-sepeda-motor-lesu-di-awal-2024-efek-pemilu#:~:text=Data%20Asosiasi%20Industri%20Sepeda%20Motor,%2C69%25%20dibandingkan%20Januari%202023>.
- Sari, Rissa Mustika. 2021. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian" 5 (3).
- Siburian, Pamasang S, dan Saida Zainurossalamia Za. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda" 13.

-
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukma, Anshary Madya. 2023. "Rangka eSAF Gampang Patah, Penjualan Astra Honda Motor Aman?" 2023. <https://otomotif.bisnis.com/read/20230826/273/1688574/rangka-esaf-gampang-patah-penjualan-astra-honda-motor-aman>.
- Tua, Geo Vanny Maruli, Andri, dan Ira Meike Andariyani. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin 1* (4).