

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 125

Ani Tristiana
Email Anitristiana.yahoo.com
Mashariono

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

ABSTRACT

This research is meant to analyze the influence of product quality and sales price to the customer satisfaction on the users of Honda Vario 125 motorcycle at Dealer Panji Perkasa Perdana. The population of this research is all customers who are the first owner and the user of Honda Vario 125 motorcycle at Dealer Panji Perkasa Perdana. The sample collection technique has been done by using purposive sampling technique. Based on the determined criteria 100 people have been selected as respondents. The data analysis technique has been done by using multiple linear regressions and t-test as the hypothesis test. Based on the result of multiple linear regressions analysis, it shows that the variables i.e. product quality and sales price have positive influence to the customer satisfaction. The result shows that sales price is more affordable, better product quality, and it is supported by better after-sales service which can improve customer satisfaction of the first owner and the user of Honda Vario 125 motorcycle at Dealer Panji Perkasa Perdana. The indicator of coefficient correlation (R) level has been generated shows that the correlation between the variables of product quality and sales price with the customer satisfaction as the user of Honda Vario 125 motorcycle is firm.

Keywords: *product quality, sales price and the customer satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga jual terhadap kepuasan konsumen pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria yang ditentukan didapatkan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji-t sebagai uji hipotesis. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa variable kualitas produk dan harga jual berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa harga jual yang semakin terjangkau, kualitas produk yang semakin baik, serta di dukung layanan purna jual semakin baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada dealer Panji Perkasa Perdana. Dengan indikasinya tingkat koefisien korelasi (R) yang dihasilkan antara variable kualitas produk, dan harga jual, dengan kepuasan konsumen sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125 adalah mempunyai hubungan cukup kuat.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga Jual, dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Faktor-faktor yang menyebabkan konsumen merasa puas diantaranya adalah: kualitas produk, design, kewajaran harga, keragaman jenis, pelayanan yang baik, serta faktor personal. Dengan melihat realita yang ada bahwa mayoritas masyarakat Surabaya mengkonsumsi dan memilih sepeda motor Honda Vario 125.

Panji Perkasa Perdana Surabaya adalah salah satu dealer sepeda motor merek Honda yang bertempat di Jl. Manyar Kertoarjo No.48, Mulyorejo, Kota SBY, Jawa Timur 60116, Indonesia dan merupakan salah satu anak perusahaan PT.Astra International Tbk yang memberikan pelayanan *Sales, Service, Spare Part*. Banyak pelanggan yang mempercayakan pembelian dan perawatan kendaraan Honda pada dealer Panji Perkasa Perdana Surabaya selain sebagai dealer resmi, juga memberikan pelayanan pengkreditan motor yang lebih baik bila dibandingkan dengan dealer umum yang melayani semua merek serta penjualan suku cadang. Pelayanan dengan kualitas tinggi dengan harga yang standar, serta lokasi yang mudah diakses dan dijangkau oleh semua jenis kendaraan menyebabkan banyak pelanggan yang antri setiap harinya untuk mendapatkan pelayanan servis dan *Sales* di Panji Perkasa Perdana Motor Surabaya.

Menurut Kotler dan Keller (2009:4) produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi, dan ide. Sedangkan menurut Tjiptono (2010:95), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminati, dicari, dibeli, digunakan dan dikomunikasikan. Menurut Stanton yang diterjemahkan oleh Lamarto (2009:17) ada beberapa indikator produk, antara lain kualitas produk, desain produk dan merek produk.

Kotler dan Armstrong (2012:546) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu pembelian tergantung pada kinerja produk actual, sehingga sesuai dengan harapan pembeli. Konsumen memiliki berbagai macam tingkatan kepuasan. Jika keberadaan suatu produk berada dibawah harapan pembeli, maka pembeli tersenut tidak merasa puas. Jika sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa puas.

Berdasarkan latar belakang tersebut dan untuk mengetahui lebih jauh tentang adanya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap sepeda motor Honda Vario 125, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian Dengan judul : "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario 125 Di PT. Panji Perkasa Perdana Surabaya".

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang dapat diajukan adalah sebagai berikut: 1) Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Vario 125 ? 2) Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Vario 125 ? 3) Diantara kualitas produk dan harga, variabel manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Vario 125 ?

Sesuai dengan rumusan masalah maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut : 1) Untuk mengetahui pengaruh dari variabel Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Vario 125 ? 2) Untuk mengetahui pengaruh dari variabel harga terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Vario 125 ? 3) Untuk mengetahui variabel yang paling dominan pengaruhnya diantara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Vario ?

Dalam penelitian ini perlu adanya pembatasan-pembatasan untuk menghindari adanya pembahasan yang semakin meluas dan tidak terarah, pada skripsi ini penulis membatasi pembahasan hanya pada lingkup pengaruh kepuasan pengguna sepeda motor Honda Vario 125 yang meliputi kesesuaian harga, serta kualitas produk. Citra perusahaan

berkaitan dengan elemen-elemen tentang tingkat popularitas reputasi dan profil spesifik. Penelitian ini dilakukan dengan subyek kasus pada konsumen yang telah membeli sepeda motor Honda Vario 125.

TINJAUAN TEORITIS

Tinjauan Teoritis

Untuk membahas dan menghasilkan permasalahan lebih lanjut, penentuan teori merupakan hal yang perlu di kemukakan sebelumnya. Dalam rangka teori ini akan ditemukan teori-teori yang diperlukan untuk meneliti masalah tersebut maka akan ditinjau beberapa teori yang sekiranya dapat digunakan atau di pakai dalam rangka pemecahan masalah.

Pengertian Manajemen

Manajemen merupakan hal terpenting yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan, karena dengan adanya manajemen yang baik maka perusahaan akan dapat memiliki tata kelola yang dapat membantu dan mempermudah kegiatan dari perubahan baik dari segi pengorganisasian maupun dari segi pengawasan perusahaan. Definisi manajemen (*management*) yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian sumber daya organisasi.

Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan hal yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan, karena pemasaran merupakan serangkaian kegiatan-kegiatan yang dimulai dari usaha mengenali kebutuhan dan keinginan pelanggan, kemudian merencanakan dan melaksanakan strategi bauran pemasaran secara terpadu, untuk menciptakan kepuasan melalui suatu transaksi jual beli dalam pasar. Dalam pemasaran yang paling utama adalah bagaimana bisnis dapat memahami serta melayani keinginan pasar atau konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:6) adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Konsep Pemasaran

Pada intinya konsep pemasaran bermanfaat bagi perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjang yaitu kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu, dalam menerapkan konsep tersebut perusahaan dituntut untuk mengamati lingkup dan harus tanggap terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan. Banyak perusahaan yang sudah menyadari arti pentingnya pemasaran, bahkan bagian pemasaran dianggap sebagai ujung tombak keberhasilan perusahaan. Konsep pemasaran dimulai dengan pengenalan kebutuhan dan keinginan pelanggan, selanjutnya perusahaan memutuskan kebutuhan mana yang akan dipilih dengan melibatkan berbagai pihak di dalam perusahaan dalam proses memuaskan pelanggan dan berorientasi pada pasar. Menurut Tjiptono (2006:3) setiap perusahaan menganut salah satu konsep atau filosofi pemasaran yaitu falsafah atau tanggapan yang diyakini oleh perusahaan sebagai dasar dari setiap keinginannya dalam memuaskan kebutuhan dan kegiatan konsumennya.

Kualitas Produk

Produk yaitu segala sesuatu yang ditawarkan kepada pangsa pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai atau dikonsumsi sehingga memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia. Istilah produk mempunyai bermacam-macam arti dan makna. Menurut Kotler (2011:47) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, pembelian atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Sedangkan menurut Tjiptono (2010:95) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Produk yang ditawarkan tersebut, berupa barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat organisasi, dan ide. Jadi, produk dapat berupa tangible maupun intangible yang dapat memuaskan kebutuhan manusia. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dipahami bahwa produk bukan hanya bersifat fisik saja. Namun juga dapat bersifat non fisik yaitu jasa, prestise, perusahaan maupun gagasan.

Harga

Pengertian Harga

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang sering kali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian tidak bisa di kesampingkan oleh perusahaan. Swastha dan Irawan (2009:93) mendefinisikan harga sebagai jumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dari devinisi diatas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual. Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Adapun tujuan tersebut dapat berupa meningkatkan penjualan, mempertahankan *market share*, mempertahankan stabilitas harga, mencapai laba maksimum dan sebagainya.

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2010:85) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Harga merupakan faktor penentu yang mempengaruhi pilihan pembelian, hal ini masih menjadi kenyataan di Negara-negara dunia ke tiga, di kalangan kelompok-kelompok sosial yang miskin, serta pada bahan-bahan pokok sehari-hari. Namun dalam dasawarsa terakhir ini, faktor-faktor lain selain harga telah beralih menjadi relatif lebih penting dalam proses pembelian. Harga dapat menunjukkan kuaitas merek dari suatu produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik.

Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (2009:195) menyatakan bahwa kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin "*statis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat) sehingga secara sedarhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Kotler dan Armstrong (2012:546) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu pembelian tergantung pada kinerja produk actual, sehingga sesuai dengan harapan pembeli. Konsumen memiliki berbagai macam tingkatan kepuasan. Jika keberadaan suatu produk berada dibawah harapan pembeli, maka pembeli tersenut tidak merasa puas. Jika sesuai dengan harapan, maka konsumenakan merasa puas. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya.

Menurut Kotler dan Keller (2009:86) bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Pelanggan sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif.

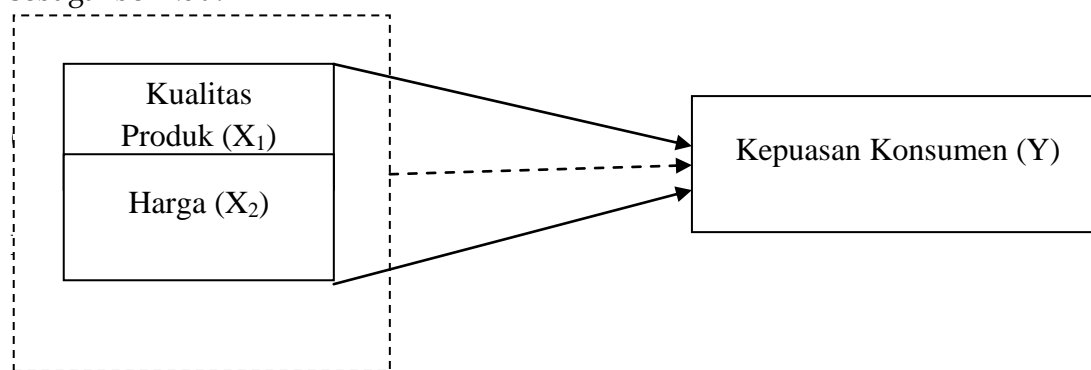
Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan

Seperti yang telah dikemukakan oleh Kotler (2008:272) bahwa kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Jadi kualitas produk merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan perusahaan, karena dengan kualitas yang baik akan memberikan kepuasan, kepercayaan kepada konsumen dalam penggunaannya yang kemudian menjadi motivasi konsumen untuk membeli ulang produk tersebut. Produk dikatakan mempunyai kinerja yang baik apabila produk tersebut mampu bekerja sesuai dengan keinginan konsumen dan mempunyai reliabilitas yang baik apabila memiliki kegunaan selama pemakaian. Disamping memenuhi keinginan konsumen juga meningkatkan penjualan perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan laba perusahaan. Sebaliknya jika kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan kurang baik maka akan menurunkan penjualan dan laba perusahaan juga akan menurun pula. Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan pembelian suatu produk.

Rerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, diketahui ada dua variabel independen dan satu variabel dependen. Dua variabel independen adalah pengaruh kualitas produk dan harga, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen.

Berdasarkan atas tinjauan teoritis diatas maka dapat digambarkan rerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1
Rerangka Konseptual

—————▶ : Pengaruh secara pasial
 - - - - -▶ : Pengaruh secara simultan

Dari bagan di atas menggunakan variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk (X_1), harga (X_2) akan mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y) baik secara parsial maupun simultan.

Perumusan Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah dan teori yang telah dibahas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut : 1) Kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Vario 125. 2) Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Vario 125. 3) Diduga terdapat variabel dominan antara kualitas produk dan harga yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Vario 125.

METODA PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis peneliti yang dilakukan adalah survey, yaitu penelitian dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok, dimana pengambilan sampel (bagian dari populasi) diharapkan dapat mewakili keberadaan populasi yang ada sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan dan dapat diambil suatu kesimpulan. (Arikunto, 2005:236).

Gambaran Dari Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2014:148).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang ada di kota Surabaya, sebagai konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana di jalan Manyar Kertoarjo No.48, Mulyorejo, Kota Surabaya, Jawa Timur 60116

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2012:73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan kata lain sampel merupakan bagian dari produksi.

Metode pengambilan sampel yang dilakukan Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan sengaja oleh peneliti atas dasar pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dalam hal ini penulis secara sengaja memilih responden dengan mempertimbangkan kriteria pernah membeli motor baru dan memakai produk sepeda motor Honda Vario 125.

Dalam penelitian ini populasinya sangat besar dan tidak terbatas (infinite). Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat Suharsimi (2012:73) dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z \cdot p \cdot q}{d}$$

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan, yaitu: suatu teknik pengumpulan data dengan terjun langsung pada obyek penelitian dan dilapangan dengan cara: 1) Wawancara : yaitu metode pengumpulan data

dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi langsung) dengan responden. Dalam wawancara tersebut proses interaksi antara pewawancara dengan responden. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti (Sugiyono 2012:136). 2) Kuisioner : teknik pengumpulan data dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab, sebagai konsumen tangan pertama yang telah membeli dan memakai sepeda motor Honda Vario 125 (Sugiyono 2012:135).

Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang dapat diberi berbagai macam nilai (Indrianto dan Supomo, 2009:61). Sesuai dengan batasan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka variabel yang dianalisis dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel tergantung (*dependent*) yang mempunyai hubungan sebab akibat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah masing-masing Kualitas Produk (Xkp) dan Harga (Xhg) sedangkan variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Ykk).

Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012:164) operasional variabel adalah atribut dari sekelompok obyek yang diteliti. Dalam penelaian ini definisi operasional variabel akan dijelaskan mengenai variabel-variabel yang akan diamati sekaligus menjadi obyek pengamatan dalam penelitian.

Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012:59), dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah sebagai berikut: a) Kualitas Produk (Kp) adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. b) Harga (H) adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk suatu jasa atau produk dan jumlah nilai yang diperukarkan konsumen untuk manfaat yang dimiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2012:59), dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah: Kepuasan Konsumen (Kk) adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

Teknik Analisis Data

Sugiyono (2014 : 402) menyatakan bahwa teknik analisis data adalah proses mencaari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari observasi, wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Adapun teknik yang digunakan dalam analisa penelitian adalah : Analisis Kuantitatif

Yaitu suatu metode analisis yang didasarkan pada hasil perhitungan statistic inferensi untuk dapat diambil kesimpulan.

Uji Validitas

Untuk mengetahui tingkat validitas suatu instrument penelitian perlu dilakukan uji coba terlebih dahulu dan kemudian hasilnya di analisis Menurut Sugiyono (2012:361) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilakukan peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Untuk menguji tingkat validitas suatu instrumen penelitian bisa menggunakan rumus korelasi masing-masing score dan total, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Pengujian validitas menggunakan ketentuan jika signifikansi dari r hitung atau r hasil > r tabel maka item variabel disimpulkan valid.

Uji Reliabilitas

Setelah instrumen di uji validitasnya maka langkah selanjutnya yaitu menguji reliabilitas. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama Menurut Sugiyono (2014:204). Reliabilitas variabel ditentukan berdasarkan nilai *alpha cronbach*, apabila nilai alpha lebih besar dari 0,6 maka dikatakan variabel tersebut reliabel atau dapat diandalkan.

Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2009:110) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal dan tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Salah satu cara mendeteksi adanya multikolinearitas adalah dengan melihat Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas, (Ghozali, 2009 : 139).

Asumsi Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah suatu prosedur statistik dalam menganalisa data yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen, dengan rumus sebagai berikut (Suprpto 2008:190).

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Koefisien Korelasi (R)

Regresi linier berganda untuk melihat hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas yang terdiri dari produk, harga dan citra merek. Dalam melakukan analisis masalah ini akan digunakan suatu analisis, baik secara kualitatif maupun kuantitatif, yang dimaksud

dengan analisis kualitatif merupakan analisis yang dilakukan melalui proses analisis. Sedangkan analisis kuantitatif merupakan suatu analisis yang dilakukan melalui suatu proses pengukuran data secara statistik. Analisis secara statistik akan digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien Determinasi (R^2)

Semakin besar R^2 berarti semakin tepat persamaan perkiraan regresi linier tersebut dipakai sebagai alat prediksi, karena variasi perubahan variabel terikat yaitu keputusan pelanggan dapat dijelaskan oleh perubahan variabel bebas yang terdiri dari produk, harga dan citra merek. Apabila nilai R^2 semakin dekat dengan satu, maka perhitungan yang dilakukan sudah dianggap cukup kuat dalam menjelaskan variabel bebas dengan variabel terikat.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu : 1) Uji hipotesis secara simultan (Uji-F) adalah untuk menguji kelayakan model yang dihasilkan dengan menggunakan uji F pada tingkat α sebesar 5%. 2) Uji Hipotesis secara parsial (Uji-T) yaitu pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t guna mengetahui pengaruh dari masing-masing model yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Telah kita ketahui bersama bahwa PT Astra Honda Motor (AHM) pada awal tahun 2015 ini meluncurkan 2 produk motor skuter matik terbarunya yang merupakan regenerasi dari varian Honda Vario tepatnya pada 14 Januari 2015 lalu. Produk terbaru tersebut adalah Honda Vario 150 eSP dan Honda Vario 125 eSP yang merupakan senjata terbaru dan terampuh AHM untuk bersaing di pasar otomotif sepeda motor segmentasi skuter matik nasional. Pada kesempatan sebelumnya Mas Sena membahas motor skuter matik Honda Vario 150 eSP yang merupakan model satu-satunya yang bermain dalam segmen motor skuter matik yang diproduksi di dalam negeri. Maka pada kesempatan kali ini Mas Sena akan membahas sang adik dari versi 150 cc tersebut yaitu Honda Vario 125 eSP.

Perbedaan Honda Vario 125 eSP dengan Honda Vario 150 eSP yang paling bisa dipastikan adalah besarnya kubikasi ruang pembakaran dari kedua motor skuter matik ciptaan AHM tersebut. Dengan perbedaan kubikasi mesin pada skutik Honda tersebut maka tenaga yang dikeluarkan pun juga berbeda sehingga akan mempengaruhi laju maksimal kecepatan dan konsumsi bahan bakar. Di mana untuk top speednya Honda Vario 125 eSP ini kalah dengan sang kakak yang memiliki mesin 150cc. Namun untuk konsumsi bahan bakar lebih irit dan harganya pun jauh lebih murah dibandingkan dengan Honda Vario 150 eSP. Sedangkan untuk desain dan dimensinya dipastikan semua bagian dari Honda Vario 125 eSP sama persis seperti desain sang kakak dengan mesin 150 cc.

Gambaran Umum Subyek Penelitian

Subyek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana di Jalan Manyar Kertoarjo No.48, Mulyorejo, Kota Surabaya, Jawa Timur 60116 sebanyak 100 responden. Gambaran umum subyek penelitian dilakukan dengan

menguraikan karakteristik meliputi jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. dapat diuraikan sebagai berikut.

Karakteristik Responden Berkaitan dengan Jenis Kelamin

Karakteristik responden konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana berkaitan dengan jenis kelamin dapat diuraikan pada tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Percent
Laki-laki	36	36.0%
Wanita	64	64.0%
Total	100	100.0%

Sumber Data : Data primer diolah, 2015

Dari tabel 1 diatas menunjukkan gambaran distribusi frekuensi berkaitan dengan jenis kelamin responden pemakai sepeda motor Honda Vario 125, terbanyak adalah dengan jenis wanita sebanyak 64 responden dengan prosentase sebesar 64%. Kemudian diikuti oleh responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 36 responden dengan prosentase sebesar 36%.

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Merupakan gambaran karakteristik responden berdasarkan demografik dari umur responden konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana dapat diuraikan pada tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia	Jumlah	Percent
18 s/d 25 Th	45	45.0%
26 s/d 33 Th	35	35.6%
>34 Th	20	20.4%
Total	100	100.0%

Sumber Data : Data primer diolah, 2015

Dari tabel 2 diatas menunjukkan gambaran distribusi frekuensi berkaitan dengan umur responden pemakai sepeda motor Honda Vario 125, terbanyak adalah yang berusia antara 18 s/d 25 tahun sebanyak 45 responden dengan prosentase sebesar 45%. Kemudian diikuti oleh responden yang berusia 26 s/d 33 tahun sebanyak 35 responden dengan prosentase sebesar 35,6%. Sisanya sebanyak 20 responden dengan prosentase 20,4% yang berusia > 34 tahun.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Merupakan gambaran karakteristik responden berdasarkan demografik dari pekerjaan responden konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana dapat diuraikan pada tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Strata	Jumlah	Percent
Pegawai Negeri	24	24.0%
Karyawan Swasta	36	36.0%
Profesi lain	40	40,0%
Total	100	100.0%

Sumber Data : Data primer diolah, 2015

Dari tabel 3 diatas menunjukkan gambaran distribusi frekuensi berkaitan dengan pekerjaan responden pemakai sepeda motor Honda Vario 125, terbanyak adalah yang memiliki pekerjaan profesi lain sebanyak 40 responden dengan prosentase sebesar 40%. Kemudian diikuti oleh responden yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 36 responden dengan prosentase sebesar 36%. Sisanya sebanyak 24 responden dengan prosentase 24% yang bekerja sebagai pegawai negeri.

Deskripsi Hasil Penelitian

Analisis data secara dekriptif ini dapat menguraikan hasil analisis terhadap responden dengan menguraikan tanggapan dari 100 responden berkaitan dengan kualitas produk, harga, serta kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana berdasarkan data dari kuesioner yang terkumpul.

Dalam pembahasan penelitian ini akan dijelaskan tentang rata-rata tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel secara keseluruhan serta jumlah responden yang memberikan jawaban terhadap masing-masing indikator variabel.

Untuk mengetahui hasil rata-rata tanggapan responden digunakan *interval class* yang bertujuan menghitung nilai atau skor jawaban yang diisi oleh responden.

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Tabel 4
Kelas Interval

Nilai Interval	Kategori	Nilai
4.20 < X ≤ 5.00	Sangat Setuju	5
3.40 < X ≤ 4.20	Setuju	4
2.60 < X ≤ 3.40	Cukup Setuju	3
1.80 < X ≤ 2.60	Tidak Setuju	2
1.00 < X ≤ 1.80	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data primer diolah, 2015

Dalam pembahasan penelitian ini akan dijelaskan tentang rata-rata tanggapan terhadap indikator-indikator variabel secara keseluruhan serta jumlah responden yang memberikan jawaban terhadap masing-masing indikator variabel.

Untuk lebih jelasnya, maka berikut ini merupakan hasil dari tanggapan responden dari masing-masing variabel yaitu sebagai berikut :

Deskripsi tanggapan responden mengenai Kualitas Produk.

Merupakan deskripsi atas tanggapan responden yang menyangkut seluruh aspek kualitas produk yaitu persepsi konsumen mengenai kualitas produk yang ditawarkan oleh sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana. Dengan 4 indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui tanggapan responden tentang kualitas produk.

Berdasarkan dari hasil jawaban kuesioner yang kembali dan telah diisi oleh responden mengenai semua aspek kualitas produk dapat diuraikan pada tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5
Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kualitas Produk

No.	Indikator	Frekuensi					Total	N	Mean
		STS	TS	KS	S	SS	Skor		
1	Variasi produk	3	8	26	52	11	360		3,60
2	Kesesuaian dengan spesifikasi	2	9	32	45	12	356		3,56
3	Daya tahan produk	4	7	27	43	19	366	100	3,66
4	Kinerja Produk	2	8	26	53	11	363		3,63
Total							1445		3,61

Sumber Data : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel 5 diatas terlihat bahwa rata-rata responden yaitu konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana, menyatakan "setuju" dalam menjawab pernyataan yang diberikan tentang semua aspek kualitas produk yang meliputi : Variasi produk, Kesesuaian dengan spesifikasi, Daya tahan produk, dan Kinerja produk.

Hasil indikasi dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh indikator kualitas produk tersebut sebesar 3.61. Dalam interval kelas termasuk dalam interval kelas dalam kategori $3.40 < X \leq 4.20$ yang menunjukkan responden memberikan nilai setuju atas pernyataan semua indikator variabel kualitas produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa responden menganggap indikator variabel kualitas produk yang ada pada sepeda motor Honda Vario 125 memiliki kualitas produk yang baik sehingga memuaskan konsumen pemakainya.

Deskripsi tanggapan responden mengenai harga

Merupakan deskripsi atas tanggapan responden yang menyangkut seluruh aspek harga jual adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa untuk selanjutnya memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana.

Tabel 6
Distribusi Frekuensi Berdasarkan Harga

No.	Indikator	Frekuensi					Total Skor	N	Mean
		STS	TS	KS	S	SS			
1	Terjangkaunya harga yang ditetapkan	8	7	14	36	35	383		3,83
2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	8	10	25	37	20	351		3,51
3	Daya saing harga	8	9	20	40	23	361	100	3,61
4	Kesesuaian harga dengan manfaat	8	8	17	42	25	368		3,68
Total							1463		3,66

Sumber Data : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel 6 diatas terlihat bahwa rata-rata responden yaitu konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana, menyatakan “setuju” dalam menjawab pernyataan yang diberikan tentang semua aspek harga yang meliputi : Terjangkaunya harga yang ditetapkan oleh Panji Perkasa Perdana, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga dan Kesesuaian harga dengan manfaat.

Hasil indikasi dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh indikator variabel harga tersebut sebesar 3.66. Dalam interval kelas termasuk dalam interval kelas dalam kategori $3.40 < X \leq 4.20$ yang menunjukkan responden memberikan nilai setuju atas pernyataan semua indikator variabel harga jual. Kondisi ini menunjukkan bahwa responden menganggap indikator variabel harga motor Honda Vario 125 yang ditawarkan oleh Dealer Panji Perkasa Perdana sangat kompetitif dan mudah dalam bertransaksi hal ini sesuai dengan harapan konsumen.

Deskripsi tanggapan responden mengenai kepuasan

Merupakan deskripsi atas tanggapan responden yang menyangkut seluruh aspek kepuasan yaitu merupakan serangkaian unsur - unsur yang mencerminkan kepuasan konsumen dalam membeli maupun pasca membeli, merupakan tahap dimana konsumen dihadapkan suatu pilihan untuk melakukan pembelian ulang atau tidak terhadap motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana.

Berdasarkan dari hasil jawaban kuesioner yang kembali dan telah diisi oleh responden mengenai semua kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel 7 sebagai berikut :

Tabel 7
Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kepuasan

No.	Indikator	Frekuensi					Total Skor	N	Mean
		STS	TS	KS	S	SS			
1	Kesesuaian produk dengan keinginan dan kebutuhan	4	18	22	46	10	379		3,79
2	Kesesuaian produk dengan keinginan dan kebutuhan	3	7	23	50	17	379	100	3,79
3	Responden telah menggunakan sepeda Honda Vario 125	3	2	37	34	24	379		3,79
Total							1137		3,79

Sumber Data : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel 7 diatas terlihat bahwa rata-rata responden yaitu kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana, menyatakan "setuju" dalam menjawab pernyataan yang diberikan tentang semua aspek kepuasan yang meliputi : Kesesuaian produk dengan keinginan dan kebutuhan, Kesesuaian produk dengan keinginan dan kebutuhan dan Responden telah menggunakan sepeda Honda Vario 125.

Hasil indikasi dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh kepuasan tersebut sebesar 3.79. Dalam interval kelas termasuk dalam interval kelas dalam kategori $3.40 < X \leq 4.20$ yang menunjukkan responden memberikan nilai setuju atas pernyataan semua indikator variabel kepuasan. Kondisi ini menunjukkan bahwa responden menganggap indikator variabel kepuasan yang ada pada konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana sesuai harapan atau keinginan konsumen.

Analisis Data

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara *one shot methode* atau pengukuran sekali saja. Untuk variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0.60 (Ghozali, 2009:135).

Dari hasil uji reliabilitas nilai *cronbach alpha* dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini.

Tabel 8
Reliability

Cronbach Alpha	N of Items
0.840	11

Sumber Data : Data primer diolah, 2015

Dari hasil uji tersebut terlihat nilai *cronbach alpha* sebesar 0.840 lebih besar 0.60 yang berarti butir-butir pernyataan dari seluruh indikator variabel yang berjumlah 11, seluruhnya reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan atas item-item pernyataan pada kuesioner yaitu dengan jalan menghitung koefisien korelasi dari tiap-tiap pernyataan dengan skor total yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan angka kritis $r_{product\ moment}$. Tujuan dari uji validitas data adalah untuk melihat apakah variabel atau pernyataan yang diajukan mewakili segala informasi yang seharusnya diukur atau validitas menyangkut kemampuan suatu pernyataan atau variabel dalam mengukur apa yang harus diukur.

Menurut Ghozali (2009: 140) dasar pengambilan kepuasan konsumen, dapat diuraikan pada tabel 9 dibawah sebagai berikut :

Tabel 9
Hasil Analisis Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk	KP _{1.1}	0.544	0.195	Valid
	KP _{1.2}	0.482		Valid
	KP _{1.3}	0.541		Valid
	KP _{1.4}	0.453		Valid
Harga	H _{1.1}	0.551		Valid
	H _{1.2}	0.563		Valid
	H _{1.3}	0.509		Valid
	H _{1.4}	0.598		Valid
Kepuasan	Kep _{1.1}	0.462		Valid
	Kep _{1.2}	0.482		Valid
	Kep _{1.3}	0.523		Valid

Sumber Data : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan pada tabel 9 diatas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan mengenai seluruh indikator variabel 11 item, mempunyai nilai $r_{hasil} >$ dari r_{tabel} , dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, maka hal ini berarti bahwa seluruh item pernyataan yang berjumlah 11 item tersebut seluruhnya valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu persamaan regresi harus bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*), artinya pengambilan keputusan melalui uji F dan uji t tidak boleh bias. Untuk menghasilkan keputusan yang BLUE, maka harus dipenuhi beberapa asumsi dasar (Klasik), yaitu :

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik dengan alat bantu komputer yang menggunakan program SPSS 21.0 diperoleh hasil, yaitu sebagai berikut :

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu alat uji yang digunakan untuk menguji apakah dari variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal, dapat diuji dengan metode Kolmogrov Smirnov maupun pendekatan grafik.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan alat bantu komputer yang menggunakan program SPSS 21, diperoleh hasil pada tabel 10 sebagai berikut :

Tabel 10
Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.84722811
Most Extreme Difference	Absolute	.112
	Positif	.075
	Negatif	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		1.116
Asymp. Sig (2-tailed)		.165

a. Test distribution is Normal

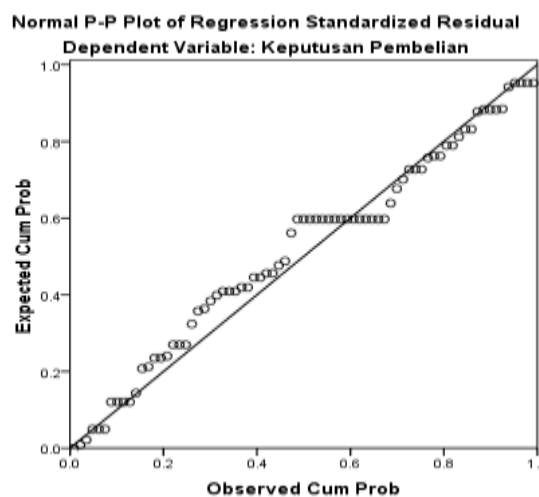
b. Calculated from data

Sumber Data : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan pada tabel 10 diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp sig (2-tailed)* sebesar $0.165 > 0.050$, hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

Pendekatan Grafik

Pendekatan kedua yang dipakai untuk menilai normalitas data dengan pendekatan grafik, yaitu grafik *Normal P-P Plot of regression standard*, dengan pengujian ini disyaratkan bahwa distribusi data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan sumbu X dan Y. Grafik normalitas disajikan dalam gambar 2 dibawah sebagai berikut :



Gambar 2

Grafik Pengujian Normalitas Data

Sumber Data : Data primer diolah, 2015

Menurut Ghozali (2009: 142) jika penyebaran data (titik) disekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa distribusi data telah mengikuti garis diagonal antara 0 (nol) dengan pertemuan sumbu Y (*Expected Cum. Prob*) dengan sumbu X (*Observed Cum Prob*). Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa titik melalui pendekatan *Kolmogrov Smirnov* maupun pendekatan grafik model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menentukan apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (Ghozali. 2009: 142). Dalam penelitian ini data yang digunakan bukan data *time series* atau data yang diambil pada waktu tertentu, sehingga untuk uji autokorelasi tidak dilakukan (Gujarati, 2009:102)

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas.

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dengan alat bantu komputer yang menggunakan program SPSS 21 diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 11 dibawah sebagai berikut :

Tabel 11
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai Tolerance	Variance Influence Factor	Keterangan
Kualitas Produk	0.900	1.111	Bebas Multikolinieritas
Harga Jual	0.900	1.111	Bebas Multikolinieritas

a. Dependent Variable : kepuasan

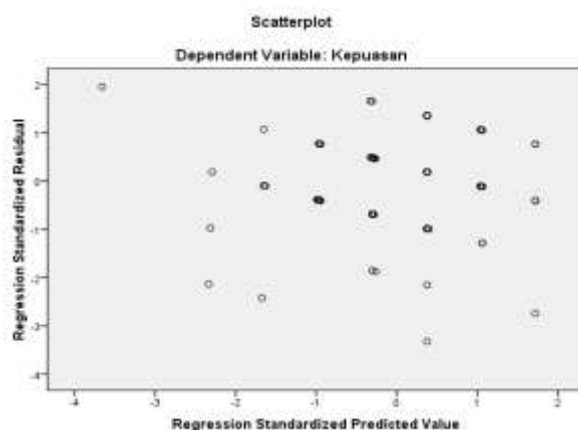
Sumber Data : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan pada tabel 11 diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Variance Influence Factor* (VIF) pada seluruh variabel tersebut lebih kecil dari 10, dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bisa disebut juga dengan bebas dari multikolinieritas sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Heteroskedasitas

Pengujian heteroskedasitas menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varain dari residual (kesalahan pengganggu) satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedaktisitas dan jika berbeda disebut heteroskedasitas. Model regresi yang baik adalah homoskedaktisitas atau tidak terjadi heteroskedasitas.

Pendeteksian adanya heteroskedasitas menurut Ghozali, (2009:79), jika sebaran titik-titik berada diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas, maka tidak terjadi grafik pengujian heteroskedasitas. Grafik pengujian heteroskedasitas diasjikan berikut :



Gambar 3
Heteroskedasitas pada Regresi Linier Berganda
Sumber Data : Data primer diolah, 2015

Dari gambar 3 diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan heteroskedasitas pada model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa hasil estimasi regresi berganda layak digunakan untuk interpretasi dan analisa lebih lanjut.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor yang digunakan dalam model penelitian yaitu pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana.

Dalam analisa regresi ini penulis menggunakan *software* komputer program SPSS 21, didapatkan hasil seperti terlihat pada tabel 12 sebagai berikut :

Tabel 12
Rekapitulasi Hasil Uji Regression

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t _{hitung}	Sig.
Constant	1.824	4.137	.000
Kualitas Produk	.248	2.400	.018
Harga	.256	2.698	.008
F _{hitung}	9.513		
Signifikan	.000		
R	.405		
R _{square}	.398		
Adjusted R _{square}	.186		
Varaibel terikat	Kepuasan		

a. Predictors (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable : Kepuasan

Sumber Data : Data primer diolah, 2015

Dari data tabel 12 diatas persamaan regresi yang didapat adalah :

$$Kep = 1.824 + 0.248K_P + 0.256H$$

Uji Kesesuaian Model (*Goodness of Fit Models*)

1) Hasil Uji *Goodness of Fit* digunakan untuk menguji kelayakan model yang digunakan dalam penelitian (Ferdinand, 2009:300). Model *goodness of fit* yang dapat dilihat dari nilai statistik F (Ghozali, 2009: 97). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian adalah kualitas dan harga terhadap variabel dependen adalah kepuasan. Dari hasil output dari program SPSS versi 21 yang dapat dilihat pada tabel 11 diatas diperoleh nilai F_{hitung} = sebesar 9,513 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < (a) 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh kualitas produk (KP), dan Harga (H), terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana.

2) Analisis koefisien korelasi (R) dan analisis koefisien determinasi (R^2) Berdasarkan hasil ouput dengan menggunakan SPSS 21 diperoleh besarnya nilai koefisien korelasi (R) dan analisis koefisien determinasi (R^2) yang terlihat pada tabel 11 diatas diketahui Koefisien korelasi berganda R merupakan cerminan tingkat keeratan hubungan variabel Kualitas Produk (KP), dan Harga (H) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana. Berdasarkan pada tabel 11 di atas, dapat diketahui dari nilai koefisien korelasi (R) yaitu sebesar 0,405 atau 40,5% yang berarti bahwa korelasi atau hubungan antara variabel Kualitas Produk (KP), dan Harga (H) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana, mempunyai hubungan yang cukup erat. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) pada sebesar 0,398 atau 39,8%, yang berarti bahwa sumbangan atau kontribusi dari variabel Kualitas Produk (KP) dan Harga (H), terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana, mempunyai kontribusi cukup besar. Sedangkan sisanya ($100\% - 39,8\% = 60,2\%$) dikontribusi oleh faktor lainnya.

3) Koefisien Determinasi Parsial (r^2). Koefisien determinasi parsial ini digunakan untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh diantara variabel bebas yang terdiri dari : Kualitas Produk (KP), dan Harga Jual (HJ), terhadap kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana.

Tabel 13
Koefisien Korelasi dan Determinasi Parsial
Coefficients^a

Variabel	R	r^2
Kualitas Produk (KPro)	0.237	0,0562
Harga (H)	0.264	0,0697

a. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer diolah, 2015

Dari hasil tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa variabel yang mempunyai pengaruh yang dominan adalah harga (H) dengan nilai koefisien korelasi determinasi parsial = 0,0697 atau 6,97%, karena mempunyai koefisien determinasi parsialnya paling besar.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan uji t yaitu menguji koefisien regresi secara parsial untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas yang terdiri dari : Kualitas Produk (KP), dan Harga (H) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen tangan pertama

sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana.

Adapun kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut :

Tabel 14
Hasil Perolehan t hitung dan Tingkat Signifikan

Variabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk	.018	Signifikan
Harga	.008	Signifikan

a. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer diolah, 2015

Dari tabel diatas hasil pengujian hipotesis penelitian yang ditunjukkan pada tabel 14 dapat dijelaskan secara runtut sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis 1: Terhadap Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen
Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh, pengaruh kualitas produk (KP) Terhadap Kepuasan Konsumen (KK) menghasilkan nilai koefisien positif sebesar .248 dan *sig-value* sebesar .018. oleh karena, *sig-value* (.018) < *sig.a* (0,05) maka terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen terbukti signifikan dengan arah pengaruh yang positif.
2. Pengujian Hipotesis 2 ; Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen
Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh, pengaruh harga (H) terhadap kepuasan konsumen (KP) menghasilkan nilai koefisien positif sebesar .256 dan *sig-value* sebesar .008. Oleh karena, *sig-value* (.008) < *sig a* (0,05), maka terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen terbukti signifikan dengan arah pengaruh yang positif.

Pembahasan

Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan SPSS 21 pada tabel 13 didapatkan hasil pengujian uji t dari masing-masing variabel bebas sebagai berikut : Dari hasil output dengan menggunakan program SPSS 21 diatas diperoleh tingkat signifikansi untuk variabel citra produk sebesar $0.018 < \alpha = 0,050$ (*level of signifikansi*), maka H_0 berhasil ditolak dan H_1 terdukung. Dengan demikian pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana secara parsial adalah mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Menurut Garvin (2009:98) menyatakan kualitas suatu produk yang dapat diterima adalah elemen utama yang mempengaruhi perilaku dalam pengambilan kepuasan konsumen bagi konsumen. Adanya kecenderungan konsumen memilih kualitas produk yang diharapkan mendorong para produsen untuk berusaha menjaga reputasi atau nama baik yaitu dengan selalu menjaga *performance*, *desain*, serta keiritan bahan bakar yang dihasilkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas produk bersifat positif, yang menggambarkan bahwa semakin familier dari kualitas produk sepeda motor Honda Vario 125 yang ditawarkan oleh distributor kepada konsumen atau khususnya pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana dengan indikator sebagai berikut : Variasi produk, Kesesuaian dengan spesifikasi, Daya tahan produk, dan Kinerja produk. Dengan demikian bahwa semakin baik dan familier akan kualitas produk sepeda motor Honda Vario 125 yang ditawarkan oleh distributor kepada konsumen atau khususnya pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana menunjukkan diterimanya hipotesis tersebut menimbulkan pemikiran bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena

membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Pelanggan sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif. (Kotler dan Keller, 2009:86).

Oleh karena itu kualitas produk menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan supaya produk tersebut dapat diterima pasar sesuai dengan yang diinginkan konsumen yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan konsumen

Dari hasil output dengan menggunakan program SPSS 21 di atas diperoleh tingkat signifikansi untuk variabel harga sebesar $0.008 < \alpha = 0,050$ (*level of signifikan*), maka H_0 berhasil ditolak dan H_2 terdukung. Dengan demikian pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana secara parsial adalah mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Dimana harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan yang belum terpuaskan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel harga jual bersifat positif, yang menggambarkan bahwa semakin daya saing harga dan keterjangkauan harga yang ditawarkan oleh produk sepeda motor khususnya sepeda Honda Vario 125 dengan indikator sebagai berikut: Kesesuaian produk dengan keinginan dan kebutuhan, Kesesuaian produk dengan keinginan dan kebutuhan dan Responden telah menggunakan sepeda Honda Vario 125. Dengan demikian bahwa semakin baik harga jual serta kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh sepeda Honda Vario 125, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana untuk mengambil keputusan membeli sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana. Dalam persaingan yang sangat sengit, banyaknya perusahaan yang sejenis maupun merek lain serta keinginan konsumen yang berubah-ubah, strategi menetapkan harga merupakan salah satu faktor penting dalam menarik konsumen untuk membeli. Semakin kompetitif harga semakin meningkatkan kepuasan konsumen tangan pertama sekaligus sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan perhitungan statistik menggunakan SPSS 21 *for windows*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut : 1) Dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) bahwa sumbangan atau kontribusi dari variabel Kualitas Produk (KP), dan Harga (H) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana, mempunyai kontribusi cukup. Hal ini didukung dengan Uji *goodness of fit* yang menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan atau layak untuk memprediksi pengaruh Harga Jual (HJ), Kualitas Produk (KP), dan Harga (H) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana. 2) Dari hasil pengujian analisis

regresi berganda pada penelitian ini didapatkan bahwa variabel Kualitas Produk (KP), dan Harga (H) menunjukkan arah positif (searah) terhadap kepuasan konsumen, hal ini berarti bahwa semakin baik dan positif variabel bebas yang terdiri dari variabel Kualitas Produk (KP), dan Harga (H) maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana. Hal ini didukung pula dari hasil pengujian hipotesis uji t_{hitung} yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (KP), dan Harga (H) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana. 3) Sedangkan pada uji Koefisien determinasi parsial dapat disimpulkan bahwa variabel yang mempunyai pengaruh yang dominan adalah harga (H) dengan nilai koefisien korelasi determinasi parsial paling besar dibandingkan variabel lainnya.

Saran

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dan hasil analisis yang telah dilakukan maka saran yang dapat disimpulkan sebagai berikut : 1) Mengingat variabel harga merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana, hendaknya distributor/ dealer sepeda motor Honda Vario 125 untuk selalu meningkatkan kemudahan dalam transaksi dan adanya potongan dalam pembelian secara kontan serta kemudahan untuk mendapatkan *sparepart* dengan mudah dan harga yang kompetitif. Hal ini dilakukan guna mendapatkan kepuasan konsumen dengan demikian dapat mempengaruhi minat beli terhadap produk sepeda Honda Vario 125. 2) Manajemen sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana hendaknya memperhatikan dan mengevaluasi serta meningkatkan kualitas dan kuantitas dari variabel Kualitas Produk (KP), dan Harga (H) guna menunjang kepuasan konsumen pada periode berikutnya. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kesan profesionalisme di mata konsumen/ pengguna jasa. 3) Terlepas dari semua itu, masih ada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sebagai pemakai sepeda motor Honda Vario 125, pada Dealer Panji Perkasa Perdana sehingga diharapkan pihak distributor/ dealer sepeda motor Honda Vario 125 dapat memperhatikan dan meningkatkan faktor lain yang dapat membantu minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S.2005. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Cetakan ketujuh, Rineka Cipta, Yogyakarta.
- Armstrong, G. 2012. *Bauran Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. CV.Alfabeta. Bandung.
- Ferdinand, 2009. *Uji Kesesuaian Model*. Jilid 7 Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Ghozali, I. 2008. *Uji Normalitas*. Badan Prnerbitan Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2009. *Aplikasi Analisi Multivarieted Dengan Program SPSS*. Edisi 5. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati, 2009. *Basic Econometrics 5ed*. Singapore: Mc-Grawhill.
- Garvin, 2009. *Kualitas Suatu Produk*, Edisi 3. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indrianto dan Supomo. 2009. *Metodologi Variabel Manajemen*, Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.
- Kotler, 2008. *Identifikasi Kepuasan Pelanggan*. Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- _____. 2011. *Kualitas Produk*. Jilid 6, Erlangga, Jakarta
- Kotler, dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong, .2008. *Bauran Pemasaran*, Edisi Milenium 1 . Jakarta: PT. Penhalindo.

- _____. 2010. *Bauran Pemasaran*, Edisi 4 . Jakarta: PT. Penhalindo.
- _____. 2012. *Bauran Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Lamarto, 2009 *Pengertian Kualitas Produk*. Edisi 6 . penerbit universitas Diponegoro
- Suharsimi, 2012. *Atribut Kepuasan Konsumen*. Edisi Keduabelas. Jilid 2. Universitas Negeri Surabaya.
- Swastha dan Irawan. 2009. *Manajemen Pemasaran: Perilaku Konsumen dan Kepuasan*. BPFE, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Manajemen*. CV Alfabeta. Bandung.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. CV Alfabeta. Bandung.
- Suprpto, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 4 Penebar Swadaya. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keempat, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- _____. 2010. *Manajemen Jasa*. Jakarta : Banyumedia.
- _____. 2006. *Manajemen Jasa*. Jakarta : Banyumedia.