

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN DESAIN PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA MIO PADA  
PT. ALFA SCORPII BILAL MEDAN**

Oleh:

**Pandapotan Na Uli Sun Siregar<sup>1)</sup>  
Julhendri Sinaga<sup>2)</sup>  
Dearma Sariani Sinaga<sup>3)</sup>  
Universitas Darma Agung<sup>1,3)</sup>  
Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede<sup>2)</sup>**

*E-mail:*

[pand4siregar@gmail.com<sup>1\)</sup>](mailto:pand4siregar@gmail.com)  
[julhenrisinaga07@gmail.com<sup>2\)</sup>](mailto:julhenrisinaga07@gmail.com)  
[dearmasinaga2@gmail.com<sup>3\)</sup>](mailto:dearmasinaga2@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aims at finding the effect of product quality, promotion and product design on the purchase decision of Yamaha Mio motorcycles in PT. Alfa Scorpii Bilal Medan. The research population is 200 Yamaha Mio motorcycle buyers in 2020 at PT Alfa Scorpio Bilal Medan in which samples were taken using the Slovin Formula. The results of the t-test for the Product Quality variable (X1) have a positive and significant effect on Purchase Decision (Y), The Promotion variabel (X2) has a positive and significant effect on the Purchase Decision (Y) and the Product Design variabel (X3) has a positive and significant effect on the Purchase Decision (Y). The results of the overall F test variable Product Quality (X1) Promotion (X2) and Product Design (X3) on the Yamaha Mio Motorcycle Purchase Decision variable (Y) have a significant effect. The Coefficient of Determination Test results obtained Adjusted R Square = 0.835 or 83,5% influenced by all research variables.*

***Keywords: Product Quality, Promotion, Design and Purchase Decision Yamaha Mio.***

**ABSTRAK**

Studi ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas produk, promosi dan desain produk terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha Mio pada PT. Alfa Scorpii Bilal Medan. Populasi penelitian adalah 200 pembeli motor Yamaha Mio pada tahun 2020 di PT Alfa Scorpii Bilal Medan. Sampel diambil dengan menggunakan Rumus Slovin. Hasil Uji t untuk variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), variabel Promosi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan variabel Desain Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil Uji F secara keseluruhan variabel Kualitas Produk (X1), Promosi (X2) dan Desain Produk (X3) terhadap variabel Keputusan Pembelian motor Yamaha Mio (Y) berpengaruh signifikan. Hasil Uji Koefisien Determinasi diperoleh Adjusted R Square = 0.835 atau 83,5% dipengaruhi dari keseluruhan variabel penelitian.

**Kata kunci** : Kualitas Produk, Promosi, Desain dan Keputusan Pembelian Yamaha Mio

## 1. PENDAHULUAN

Kualitas produk yang dipasarkan mencerminkan identitas dari perusahaan yang mengelolanya. Kualitas produk memiliki dampak yang sangat besar terhadap penerimaan produk atau penolakan produk yang dipasarkan. Kualitas produk yang baik bisa meningkatkan penjualan produk. Kualitas produk adalah pengertian, dimensi dan pengaruhnya pada konsumen. Kualitas produk merupakan faktor terpenting dalam menjalankan bisnis, yang mana kualitas produk sangat menentukan tingkat keputusan pembelian dan tingkat kepuasan konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan. Diharapkan setiap perusahaan terus melakukan inovasi terhadap produk yang dihasilkan serta terus meng-update teknologi yang digunakan oleh perusahaan guna mengembangkan kualitas dari produk yang dihasilkan. Hal ini telah dilakukan oleh Yamaha yang sesuai dengan selogannya selalu terdepan. Dengan meningkatkan kualitas mesin *bluecore* 125 cc yang membuat motor lebih efisien, bertenaga dan handal. Memiliki lampu LED dan Hazard merupakan lampu lebih terang, modern dan awet, membuat pengendara nyaman berkendara pada malam hari dan untuk memberi tanda dalam situasi darurat (sesuai UU No. 22 Tahun 2009 Peraturan Berlalulintas Pasal 121 Ayat 1). *Forged piston* dan *diasil cylinder* berbahan aluminium silicon, diproses dengan teknologi modern. Membuatnya cepat melepas panas. Piston dengan proses tempa sehingga

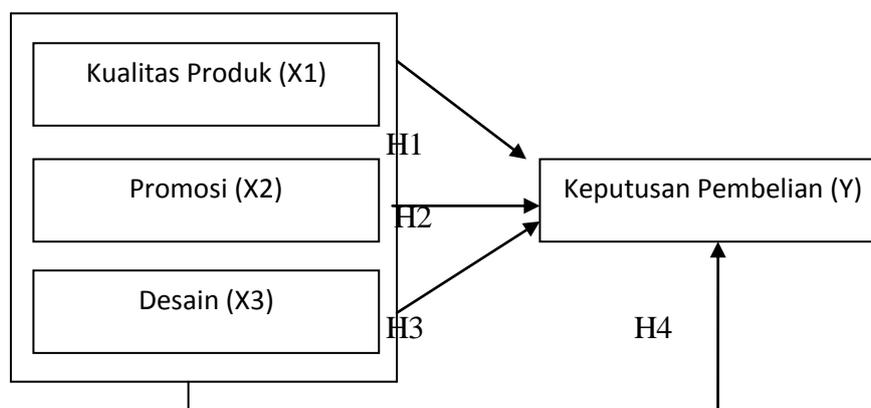
lebih padat dibandingkan piston cetak. Itu hanya sebagian kecil dari keunggulan Yamaha Mio, Yamaha Mio memiliki fitur yang beragam yang telah disesuaikan dengan kebutuhan pasar.

Selain kualitas produk, promosi juga memiliki peran yang sangat penting untuk mempengaruhi/menginformasikan produk yang kita pasarkan kemasyarakat luas. Promosi ialah media yang bisa kita gunakan untuk mempromosikan produk. Promosi bisa dilakukan dimedia elektronik atau cetak. Yamaha mio gencar mempromosikan keunggulan dari setiap produk yang dipasarkan melalui tayaan iklan di TV Nasional, membuat balioh besar pada jalan-jalan yang memamh dilalui oleh masyarakat luas, selain itu pihak PT Alfa Sorpii Bilal Medan juga sering melakukan promosi potongan harga dimasa-masa tertentu misalnya menjelang hari raya keagamaan, HUT RI, dan promosi *cash back* pada konsumen.

Desain produk juga berdampak langsung terhadap keputusan pembelian. Desain berdampak langsung terhadap kelangsungan perusahaan. Jika desain yang kita tawarkan telah diterima pasar otomatis kelangsungan perusahaan dapat meningkat. Desain yang ditawarkan Yamaha Mio khususnya sangat disukai oleh kalangan muda/i dari segi kegunaan, tampilan, kemudahan pemeliharaan dan biaya rendah. Yamaha Mio merupakan jenis motor matik. Di Indonesia perkembangan motor matik semakin baik dan telah terbukti dengan

semakin banyaknya masyarakat Indonesia yang memilih menggunakan jenis sepeda motor matik dibandingkan jenis motor bebek. Peluang ini langsung cepat dibaca oleh pihak Yamaha, Sepeda motor Yamaha Mio memiliki teknologi *blue core* yang sangat berguna untuk memberikan performa mesin yang lebih *powerfull* dan optimal, serta membuat pemakaian bahan bakar motor (BBM) menjadi lebih hemat dan tentunya menjadi motor yang ramah terhadap lingkungan. Desain Yamaha Mio juga selalu berkembang mengikuti perkembangan teknologi. Desain *sporty* dibagian *body* samping motor telah dibuat dengan tingkat kenyamanan yang baik karena sudah begitu ramping dan pas yang telah dipadukan dengan sayap yang membuat layer sehingga sangat mudah dan nyaman saat digunakan untuk bermanuver siberbagai medan jalan khususnya di jalan kota besar yang rawan kemacetan. Desain produk ini yang meningkatkan keputusan pembelian untuk membeli motor Yamaha Mio.

## 2.5 Kerangka Pemikiran



Sumber : Data diolah oleh penulis (2021)  
Gambar 2.1: Kerangka pemikiran.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dimana konsumen mencari informasi tentang kelebihan dan kekurangan produk dan memutuskan/melakukan evaluasi untuk melakukan pembelian atau tidak melakukan pembelian.

### 2.2 Kualitas Produk

Kualitas produk ialah nilai atau manfaat yang dihasilkan dari sebuah produk apakah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen/penggunanya.

### 2.3 Promosi

Promosi ialah cara produsen untuk menawarkan produk yang dijual sehingga halayak luas mengenal kelebihan dari produk yang dipasarkan.

### 2.4 Desain

Desain ialah suatu konsep, pola, bentuk yang baru dibuat produsen yang disesuaikan dengan pangsa pasar yang ditujukan.

## 2.6 Hipotesis

- H1** : Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Mio di PT Alfa Scorpii Bilal Medan
- H2** : Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Mio di PT Alfa Scorpii Bilal Medan
- H3** : Desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Mio di PT Alfa Scorpii Bilal Medan
- H4** : Kualitas Produk, Promosi dan Desain Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Mio di PT Alfa Scorpii Bilal Medan

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Lokasi

Lokasi di PT. Alfa Scorpii beralamat JL. Bilal Ujung No. 96 Pulo Brayan Darat I, Kec. Medan Timur Sumatera Utara 20239.

### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi 200 pembeli motor Yamaha Mio pada tahun 2020 di PT Alfa Scorpii Bilal Medan.

Pengambilan sampel menggunakan Rumus Slovin :

$$n = \frac{n}{1 + Ne^2}$$

keterangan:

n= Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

E= Tingkat kesalahan sebesar 0,1 atau 10%

$$n = \frac{n}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200 (0,1)^2}$$

$$n = 66,6 \Rightarrow n = 67$$

Berdasarkan rumus slovin sampel penelitian 67 pembeli motor Yamaha Mio yang menjadi responden.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden penelitian sebanyak 67 pembeli. Tabel dibawah ini menjelaskan identitas pembeli yang melakukan pembelian motor Yamaha Mio pada PT. Alfa Scorpii Bilal Medan.

**Tabel 1 Karakteristik Responden**

Parameter	Kelas	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	24	35,82%
	Perempuan	43	64.17%
	Total	67	100.0%
Pendidikan	S1	21	31.34%
	SLTA	36	53.73%
	SLTP	7	10.44%
	SD	3	4,47
	TOTAL	67	100%
Pekerjaan	PNS/BUMN	13	19,40%
	Pegawai Swasta	35	52,23%
	Wirausaha	19	28,35%
	Total	67	100%

Sumber: data diolah oleh penulis (2021)

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen dalam

penelitian ini layak digunakan atau tidak.

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas Instrumen**

Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
X1.1	0.694	0.361	Valid
X1.2	0.774	0.361	Valid
X1.3	0.696	0.361	Valid
X1.4	0.796	0.361	Valid
X1.5	0.803	0.361	Valid
X1.6	0.697	0.361	Valid
X1.7	0.808	0.361	Valid
X2.1	0,768	0.361	Valid
X2.2	0,861	0.361	Valid
X2.3	0,806	0.361	Valid
X2.4	0,790	0.361	Valid
X2.5	0,790	0.361	Valid
X3.1	0,817	0.361	Valid
X3.2	0,864	0.361	Valid
X3.3	0,830	0.361	Valid
X3.4	0,813	0.361	Valid
X3.5	0,653	0.361	Valid
Y1	0,800	0.361	Valid
Y2	0,923	0.361	Valid
Y3	0,830	0.361	Valid
Y4	0,792	0.361	Valid
Y5	0,806	0.361	Valid
Y6	0,822	0.361	Valid
Y7	0,701	0.361	Valid

Sumber: data diolah oleh SPSS (2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai r table lebih besar dari r hitung ini berarti semua instrumen dalam penelitian ini valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kepercayaan pengguna terhadap instrumen penelitian.

**Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variable	Cronbach's Alpha	Ket
Kualitas	0.872	Reliable

Produk		Reliable
Promosi	0.858	Reliable
Desain	0.854	Reliable
Keputusan Pembelian	0,912	

Sumber: data diolah oleh SPSS (2021)

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diperoleh nilai r alpha > 0,6 ini berarti instrumen penelitian reliable.

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas Data

Tujuan dari diukurnya uji *Kolmogorov-Smirnov-Test* untuk

mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal.

**Tabel 4 Hasil Uji Normalitas Data**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KEPUTUSAN PEMBELIAN
N		67
Poisson Parameter <sup>a,b</sup>	Mean	28.6119
Most Extreme Differences	Absolute	.150
	Positive	.149
	Negative	-.150
Kolmogorov-Smirnov Z		1.229
Asymp. Sig. (2-tailed)		.098

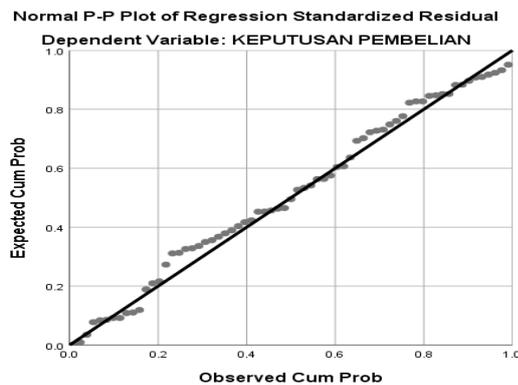
a. Test distribution is Poisson.

b. Calculated from data.

Sumber: data diolah SPSS (2021)

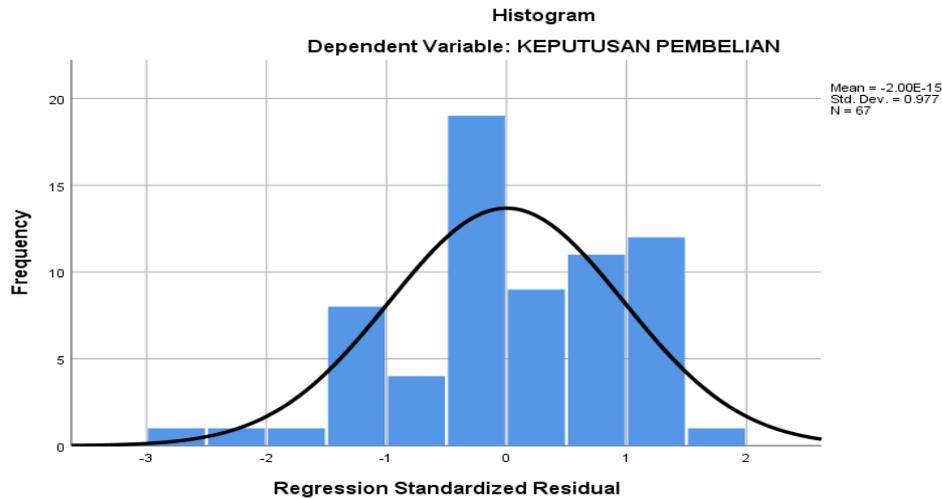
Berdasarkan table hasil uji normalitas data nilai  $p\text{-value} > 0,05$  ialah 0,583 ini berarti data

berdistribusi normal dan layak digunakan dalam penelitian.



Dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar dan mengikuti

garis diagonal maka data terdistribusi normal.



Dapat disimpulkan bahwa distribusi data normal karena grafik

histrogram menunjukkan pola distribusi normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinier untuk mengetahui *tolerance value* dan *variance inflation factor*.

**Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
1	(Constant)	Tolerance	VIF
	Kualitas Produk	.381	2.624
	Promosi	.536	1.867
	Desain Produk	.403	2.480

Sumber: data diolah SPSS (2021)

Berdasarkan table hasil uji multikolinieritas nilai tolerance  $> 0,1$  dan VIF  $< 10$  ini berarti tidak ada multikolinieritas dalam data penelitian.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

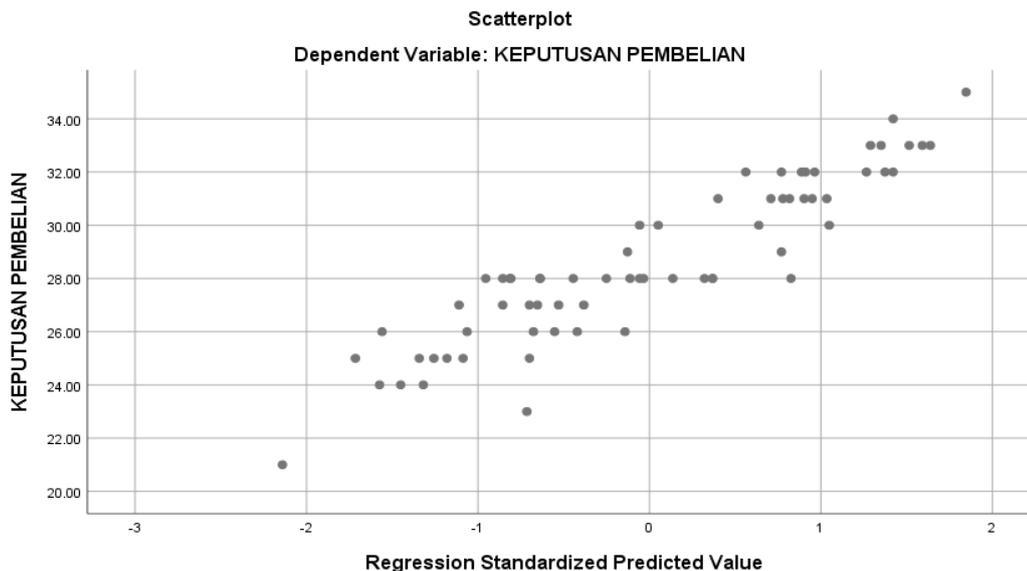
Tujuan dilakukan uji heteroskedastisitas untuk mengetahui model regresi apakah terjadi homoskedastisitas pada data penelitian.

**Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	t hitung	Sign
Kualitas Produk	7.518	0.000
Promosi	3.678	0.000
Desain Produk	1.916	0.060

Sumber: data diolah SPSS (2021)

Berdasarkan metode Glejser nilai  $p > 0,05$  ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastinitas pada data penelitian.



Berdasarkan gambar diatas bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah

angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

pengaruh antara variabel *dependen* dengan variabel *independen*.

Tujuan Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui

**Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.501	1.395		2.509	.015
	KUALITAS PRODUK	.536	.071	.609	7.518	.000
	PROMOSI	.300	.082	.251	3.678	.000
	DESAIN PRODUK	.171	.089	.151	1.916	.060

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN  
Sumber: data diolah oleh SPSS (2021)

$$Y = 3.501 + 0.536X_1 + 0.300 X_2 + 0.171X_3$$

Persamaan regresi linier berganda meyakini :

a. Konstanta ( $\alpha$ ) bernilai positif 3.501, hal ini menyatakan

variabel independen ( kualitas produk, promosi dan desain produk) nilainya adalah 0, maka keputusan pembelian bernilai 3.501.

b. Kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai nilai 0.536. Hal ini menyatakan

bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga semakin tinggi kualitas produk maka akan semakin meningkat keputusan pembelian.

- c. Promosi (X2) mempunyai nilai 0.300. Hal ini menyatakan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga semakin tinggi promosi maka akan semakin meningkat keputusan pembelian.
- d. Desain produk (X3) mempunyai nilai 0.171. Hal ini menyatakan

desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga semakin meningkat keputusan pembelian.

## Uji Hipotesis

### 1. Uji t

Tujuan dari dilakukan Uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel kualitas produk, promosi dan desain produk terhadap variabel keputusan pembelian

**Tabel 8 Hasil Uji t Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.501	1.395		2.509	.015
	KUALITAS PRODUK	.536	.071	.609	7.518	.000
	PROMOSI	.300	.082	.251	3.678	.000
	DESAIN PRODUK	.171	.089	.151	1.916	.060

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN  
Sumber: data diolah oleh SPSS (2021)

Berdasarkan table hasil uji t nilai t hitung untuk Kualitas Produk (X1), Promosi (X2) dan Desain Produk (X3) > t table. Nilai t hitung (7.518, 3.678 dan 1.916 > 1.294) ini berarti berpengaruh positif dan signifikan antara X1, X2 dan X3 terhadap Y.

### 2. Uji F

Tujuan dilakukan perhitungan uji F untuk mengetahui pengaruh keseluruhan dari variabel penelitian.

**Tabel 9 Hasil Uji F ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	505.260	3	168.420	112.101	.000 <sup>b</sup>
	Residual	94.651	63	1.502		
	Total	599.910	66			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), DESAIN PRODUK, PROMOSI, KUALITAS PRODUK  
Sumber: data diolah oleh SPSS (2021)

Dari table hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F hitung > F table (112.101 > 2,51) ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keseluruhan variabel penelitian.

### 3. Koefisien Determinasi

Tujuan perhitungan koefisien determinasi untuk mengetahui pengaruh dari keseluruhan variabel.

**Tabel 10 Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.918 <sup>a</sup>	.842	.835	1.22572	1.697

a. Predictors: (Constant), DESAIN PRODUK, PROMOSI, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: data diolah oleh SPSS (2021)

Diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0.835 atau 83,5% ini berarti dari keseluruhan variabel berpengaruh sebesar 83,5% sedangkan sisanya 16,5 % dipengaruhi faktor lain diluar penelitian.

*back* yang berfungsi untuk memudahkan pencarian kendaraan di lokasi parkir dan kehadiran *fitur stop* dan *start system* (SSS) untuk menghemat konsumsi bahan bakar.

## PEMBAHASAN PENELITIAN

## HASIL

Berdasarkan hasil uji t diperoleh hanya variabel X1 (Kualitas Produk) X2 (Promosi) dan X3 (Desain Produk) yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Dari data tersebut dapat kita lihat keputusan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor. Tetapi dari pengamatan penulis dilapangan variabel kualitas produk yang ditawarkan oleh Yamaha kualitas produk Mio dapat menarik perhatian pembelian. Dikarenakan Mio merupakan pelopor motor matik di Indonesia. Selain itu Yamaha Mio memiliki harga terjangkau untuk masyarakat, mesin paling bertenaga kapasitas mesin 125 cc, *fitur answer*

## 5.PENUTUP

1. Hasil Uji t untuk variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), variabel Promosi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan variabel Desain Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Hasil Uji F secara keseluruhan variabel Kualitas Produk (X1), Promosi (X2) dan Desain Produk (X3) terhadap variabel Keputusan Pembelian motor Yamaha Mio (Y) berpengaruh signifikan.
3. Hasil Uji Koefisien Determinasi diperoleh Adjusted R Square = 0.835 atau 83,5% dipengaruhi dari keseluruhan variabel penelitian.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar. Clobal RCI
- Djaali. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Edy Sutrisno. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Pranada Media Group.
- Firdaus dan Fakhry Zamzam. 2018. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV. Budi Uatama.
- Gary Armstrong dan Philip Kotler. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Grasindo.
- I Made Indra dan Ika Cahyaningrum. 2019. *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. CV. Budi Utama.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Karnaeni, Guntur. 2017. *Manajemen Mutu Terpadu*. Sah Media.
- Mangkunegara. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- M. Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek*. Surabaya: Qiara Media.
- M. Anang Firmansyah dan Didin Fatihudin. 2017. *Globalisasi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Morissan. 2017. *Riset Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Muslich Anshori dan Sri Iswati. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Nugroho dan Asmara. 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Rahmawati. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Tatang Ibrahim dan Rusdiana. 2021. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bandung: Yrama Widya.
- Veithzal Rival dkk. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Widjaja Tunggal, Amin. 1993. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Wijaya, Tony. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Philip Kotler, Iwan Setiawan dan Herman Kartajaya. 2016. *Marketing 4.0*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.