

Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat pada CV. Prima Motor Pasirpangaraian (Studi Kasus Masyarakat Desa Rambah Jaya Kabupaten Rokan Hulu)

Adellia Nur Anggraini^{1*}, Rosmayani²

^{1,2} Administrasi Bisnis Universitas Islam Riau

*Correspondent email: adellianuranggraini2@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study is to analyze, find out, and explain the effect of price and promotion on the purchase decision of Honda Beat motorcycles on a CV. Prima Motor Pasirpangaraian (Case Study of Rambah Jaya Village Community, Rokan Hulu Regency). This study used quantitative methods by managing data obtained from the population and a research sample of 100 respondents and 1 PIC dealer CV. Prima Motor and 1 marketing chairman. The type and source of data used in this study were to use secondary data and primary data where data collection was through the dissemination of questionnaires and conducting interviews. Then the data that has been collected by the author identifies and groups data using a descriptive analysis method, namely conducting research from data that has been found in the field. From the results of the study, the price variable was in the agree-on category, the promotion variable was in the agreed category and the purchase decision was in the agreed category. Then from the statistical calculations, there are results where the price and promotion have a significant effect on the purchase decision of the Honda Beat motorcycle on the CV. Prima Motor Pasirpangaraian (Case Study of Rambah Jaya Village Community, Rokan Hulu Regency).*

Keywords: *Price, Promotion, Purchase Decision*

PENDAHULUAN

Pada saat ini semakin berkembangnya teknologi di berbagai bidang terutama pada bidang otomotif. Di bidang otomotif menyebabkan banyaknya tingkat persaingan dalam perdagangan otomotif di Indonesia. Seiring dengan pesatnya perkembangan jaman semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi membawa peluang besar untuk perusahaan otomotif terutama sepeda motor, yang mana sangat di butuhkan oleh masyarakat dengan harga yang terjangkau dan mudah perawatannya. Untuk melakukan persaingan produk Honda selalu melakukan inovasi dan penemuan-penemuan baru untuk memenuhi kebutuhan konsumennya pada saat ini agar tetap laku. PT. Astra Honda Motor Indonesia adalah salah satu produsen terbesar sepeda motor di Indonesia. Perusahaan di Indonesia sebagai suatu usaha perakitan saja dan semua komponen didatangkan dari Jepang namun kini beberapa produk dibuat di Indonesia tetapi untuk sebuah motor sprot dibuat di Thailand. Perusahaan Honda memiliki varian jenis produk. Citra Honda sudah dikenal secara baik oleh masyarakat Indonesia.

Tabel 1. Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia (Unit) Tahun 2016-2019

| Merek | Tahun 2016 Unit | Tahun 2017 Unit | Tahun 2018 Unit | Tahun 2019 Unit |
|----------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| HONDA | 4.380.888 | 4.385.888 | 4.759.202 | 4.910.688 |
| YAMAHA | 1.394.078 | 1.348.211 | 1.455.088 | 1.434.217 |
| SUZUKI | 56.824 | 72.191 | 89.508 | 71.861 |
| KAWASAKI | 97.622 | 78.637 | 78.982 | 69.766 |
| TVS | 1.873 | 1.176 | 331 | 898 |

Sumber: AISI 2019

Berdasarkan Tabel 1. penjualan sepeda motor di kuasai oleh sepeda motor merek Honda. Sepeda motor Honda selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari tabel diatas bahwasannya sepeda motor Honda menduduki nilai terbesar penjualan dibandingkan dengan merek Honda lainnya. Semua merek sepeda motor selalu mencari berbagai cara strategi untuk meningkatkan penjualan, memberikan inovasi baru pada tipe sepeda motor atau hanya memberikan perubahan peningkatan kualitas pada tipe yang sudah ada. setiap merek sepeda motor selalu memberikan kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat. Setiap merek memiliki kekurangan dan kelebihan pada setiap tipe sepeda motor yang dimiliki. Tak heran jika setiap tahunnya merek sepeda motor selalu mengeluarkan produk barunya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Di kabupaten Rokan Hulu tepatnya di Pasirpangaraian terdapat CV. Prima Motor merupakan salah satu dealer di kabupaten Rokan Hulu yang terletak pada Jalan Diponegoro No.15 km.2 Sei Deras, Pasirpangaraian. CV. Prima Motor yang menjual sepeda motor roda dua yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sepeda motor Honda Beat memiliki citra merek yang sudah dikenal luas oleh masyarakat, alasan ini di jadikan sebagai acuan untuk masyarakat memilih produk yang memiliki kualitas yang baik. Persepsi tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses keputusan pembelian, pembeli dimana konsumen benar – benar membeli. Keputusan pembelian merupakan suatu aktivitas kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam menentukan masalah, mencari informasi mengenai produk yang diinginkan, melakukan evaluasi pembelian kemudian memutuskan dan selanjutnya mendapatkan dan mempergunakan barang. Harga menjadi salah satu faktor yang nyata pada keputusan pembelian untuk melakukan pembelian. Kebijakan penetapan harga selalu dikaitkan dengan kesesuaian dari apa yang diterima oleh konsumen.

Didesa Rambah Jaya terdapat beberapa fenomena, Seperti jarang ditemukan promosi yang menggunakan iklan pada media cetak, atau penyebaran brosur, melakukan pameran dan menggunakan sales untuk mendatangi secara langsung untuk menawarkan produk nya. Cashback atau diskon pada saat pembelian Honda Beat lebih sedikit jumlahnya di bandingkan dengan Cashback atau potongan harga untuk pembelian honda yang sejenis seperti vario dan scoopy. Di desa rambah Jaya Kabupaten Rokan Hulu lebih di dominasi dengan masyarakat yang belum memahami tentang media sosial sehingga promosi yang dilakukan oleh CV. Prima Motor pasirpangaraian belum efektif dilakukan karena CV. Prima motor lebih mengutamakan promosi yang menggunakan media sosial.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat Pada CV. Prima Motor Pasirpangaraian (Studi Kasus Masyarakat Desa Rambah Jaya Kabupaten Rokan Hulu); 2) Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat Pada CV. Prima Motor Pasirpangaraian (Studi Kasus Masyarakat Desa Rambah Jaya Kabupaten Rokan Hulu); 3) harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat Pada CV. Prima Motor Pasirpangaraian (Studi Kasus Masyarakat Desa Rambah Jaya Kabupaten Rokan Hulu)?

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang menjelaskan tentang seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau dengan kata lain menghubungkan dua variabel atau lebih untuk mempelajari, mendeskripsi, mengungkapkan dan melihat pengaruh antar variabel yang terumus pada hipotesis penelitian (Sugiyono, 2012). Menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang akan digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dengan angka dan skala ordinal.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV Prima Motor Jalan.Diponegoro No.15 Km2 Si Deras Pasirpangaraian dan studi kasusnya berada pada Desa Rambah Jaya Kabupaten Rokan Hulu.Penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data penyebaran kuesioner pada masyarakat Desa Rambah Jaya Yang memiliki Honda Beat.

Populasi Dan Sampel

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 5\%$, $Z_{1/2\alpha} = 1,96$), kesalahan maksimum (ϵ) = 0,1 dan standar deviasi ($\bar{\sigma}$) = 0,5 maka rumus penentuan sampel Sugiyono (2019):

$$n = \frac{(Z_{1/2\alpha} \times \bar{\sigma})^2}{(\epsilon)^2}$$

$$n = \frac{(1,96 \times 0,5)^2}{(0,10)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$=96,04 = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling* yaitu teknik sampling *simple random sampling*. Simple random sampling pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan stara yang bada dalam populasi itu.

Jenis Dan Sumber Data

1. Data Primer

Data dalam penelitian ini adalah data yang di ambil secara langsung pada objek penelitian dengan cara melakukan wawancara pada manajer dan karyawan pada CV. Prima Motor Pasirpangaraian. Dan penyebaran kuesioner pada masyarakat Desa Rambah Jaya Kabupaten Rokan Hulu.

2. Data Sekunder

Data penelitian dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari pengolahan data yang bersifat dokumentasi dan observasi secara langsung ke tempat objek penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data berupa observasi, kuesioner, wawancara, dokumentasi, studi Pustaka

Teknik Analisis Data Dan Hipotesi

Teknik Analisis data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dimana kuesioner dikatakan valid jika setiap item pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkap sesuatu yang diukur oleh peneliti. Uji validitas dilakukan setiap item pertanyaan, dihitung dengan nilai r hitung dengan r tabel (Gozali 2021:66). Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji reliabilitas dapat dilakukan bersama-sama secara keseluruhan pada setiap item pertanyaan. Suatu variabel dikatakan realible jika nilai Cronbach Alpha > 0,70 (Nunnally, 1994 dalam buku Ghozali 2021:62). Dalam analisis data menggunakan uji regresi liner berganda dengan persamaan

$$Y = a + b1X1 + b2X2$$

Keterangan :

Y : keputusan pembelian

b1 : Koefisien Harga

X1 : Harga
b2: Koefisien Promosi
X2: Promosi
a: Konstanta

Uji Hipotesis

Uji-t Parsial. Dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat masing masing dilakukan uji hipotesis yaitu uji-t parsial Uji-t digunakan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Uji-f Simultan. Uji-f Simultan Menurut Ghozali (2016) Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

Uji Determinasi (R^2). uji Uji Determinasi (R^2) koefisien determinasi ialah nilai yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan kontribusi variabel independen (X) terhadap naik/turunnya variabel dependen (Y) Ghozali (2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Harga merupakan bagian dari bauran pemasaran dimana harga adalah sejumlah mata uang yang dapat ditukarkan oleh produk barang atau jasa dan kemudian dapat menghasilkan kepemilikan dan merasakan manfaat dari barang tersebut. Harga juga menentukan akan manfaat dan kualitas produk. Biasanya konsumen akan mencari produk yang memiliki harga yang murah tetapi memiliki kualitas yang bagus. Maka dari itu perusahaan harus lebih berinovasi mengeluarkan produk yang memiliki kualitas dan manfaat yang bagus tetapi memiliki harga yang dapat di jangkau oleh semua kalangan.

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik konsumen.kegiatan promosi dilakukan bertujuan untuk memperkenalkan, membujuk, mempengaruhi, calon kosumennya akan produk yang ditawarkan. Adapun pendapat para ahli mengenai promosi menurut Swasta dan Irawan (2005) mendefinisikan Promosi pada hakikatnya merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan mendorong permintaan, yang dimaksud komunikasi pemasaran ialah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan pada produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Promosi juga merupakan alat paling utama digunakan oleh perusahaan untuk menyebarkan informasi mengenai keunggulan dari produk yang ditawarkan. Sehingga membuat minat konsumen semakin tinggi dari situlah tingginya penjualan sehingga mendapatkan keuntungan yang tinggi. Dari kegiatan promosi yang terdiri dari periklan, personal selling, publisitas, dan promosi penjualan yang biasanya disebut dengan bauran promosi. Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada CV. Prima Motor Pasirpangaraian (Studi Kasus Masyarakat Desa Rambah Jaya Kabupaten Rokan Hulu). Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Devy dan Anisa (2018) dengan judul pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada PT. Rotella persada mandiri menjelaskan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Proses pengambilan keputusan pada tahap awalnya yaitu melihat masalahnya. selanjutnya mencari informasi mengenai produk yang dibutuhkan atau ayang diinginkan. setelah melakukan penvcarian informasi kemudian melakukan tahap evaluasi dengan melakukan perbandingan dengan merk atauproduk lainnya. Biasanya jika untuk produk yang rutin dibeli konsumen jarang mencari informasi mengenai produk lain karena sudah loyal terhadap produk yang dipercayainya. Promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada CV. Prima Motor Pasirpangaraian (Studi Kasus Masyarakat Desa Rambah Jaya Kabupaten Rokan Hulu). Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ruth, Ira, Yona dan Sartika (2019) yang berjudul Pengaruh Promosi Dan Harga

Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan proses yang tidak lepas dari kegiatan pembelian keterlibatan konsumen akan menentukan suatu barang atau produk yang akan mereka putuskan. proses pengambilan keputusan melalui beberapa tahapan dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

KESIMPULAN

Maka dari hasil penelitian yang kami lakukan Dimana dapat diartikan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh terhadap konsumen untuk melakukan pertimbangan sebelum melakukan pembelian. Secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada CV. Prima Motor Pasirpangaraian. Dimana dapat diartikan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi merupakan media pemasaran yang sangat penting dari kegiatan promosi konsumen akan mendapatkan informasi mengenai sepeda motor yang akan dibelinya sehingga promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada hasil uji hipotesis dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh harga dan promosi secara simultan bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat Pada CV. Prima Motor Pasirpangaraian (Studi Kasus Masyarakat Deesa Rambah Jaya Kabupaten Rokan Hulu) pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada kategori rendah dan yang lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas produk, citra merek, kualitas pelayanan, inovasi produk, desain produk dan brand awarness.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih atas bimbingan, arahan dan saran yang diberikan oleh tim jurnal, sehingga artikel ini layak terbit. Kepada semua pihak yang telah membantu penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu, Swasta Dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit UniversitasDiponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UniversitasDiponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UniversitasDiponegoro. Semarang.
- Sugiyono, (2005). *Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Keenam*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.

- Devy, S., & Sinulingga, N. A. B. (2018). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Pt. Rotella Persada Mandiri. *Journal Of Management Science (Jmas)*, 1(1, Januari), 18-23.
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45-52.