



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR PADA PT RADJA SAKTI MOTOR

^{1*}Widya Oktaviani, ²Anah Furyanah

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[1*widyaoktaaaviani06@gmail.com](mailto:widyaoktaaaviani06@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan desain produk terhadap keputusan pembelian motor pada PT. Radja Sakti Motor. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel 89 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 7,513 + 0,818 X_1$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,902 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,814 atau sebesar 81,4% sedangkan sisanya sebesar 18,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(19,512 > 1,988)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 . Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 0,914 atau sebesar 91,4% sedangkan sisanya sebesar 8,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(457,553 > 3,103)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan kualitas pelayanan dan desain produk terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality and product design on motorcycle purchasing decisions at PT. Radja Sakti Motor. The method used is quantitative. The sampling technique used the slovin formula and obtained a sample of 89 respondents. Data analysis using validity test, reliability test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination and hypothesis testing. The results of this study are service quality has a significant effect on purchasing decisions obtained by the regression equation $Y = 7.513 + 0.818 X_1$, the correlation coefficient value obtained is 0.902 meaning that the two variables have a very strong level of relationship. The value of determination or influence contribution is 0.814 or 81.4% while the remaining 18.6% is influenced by other factors. To test the hypothesis, the value of t count $>$ t table or $(19.512 > 1.988)$ is obtained. Thus H_0 is rejected and H_1 . Service quality and product design simultaneously have a significant effect on purchasing decisions obtained by the regression equation $Y = 3.680 + 0.256 X_1 + 0.657 X_2$. The value of the correlation coefficient or the level of relationship between the independent variable and the dependent variable is 0.956, meaning that it has a very strong relationship. The value of the coefficient of determination or contribution to its influence simultaneously is 0.914 or 91.4% while the remaining 8.6% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained the value of F count $>$ F table or $(457.553 > 3,103)$. Thus H_0 is rejected and H_3 is accepted. This means that there is a significant influence simultaneously on the quality of service and product design on purchasing decisions.

Keywords: Service Quality, Product Design, Buying Decision

PENDAHULUAN

Di era yang semakin maju seperti saat ini, kebutuhan manusia terhadap transportasi semakin meningkat. Saat ini perkembangan teknologi disegala aspek kehidupan mengalami perkembangan yang cukup pesat, hal ini seiring dengan semakin

meningkatnya tingkat kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhannya.

Masyarakat merasa sangat membutuhkan alat transportasi untuk mempermudah dan mempercepat pekerjaannya. Transportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari satu

tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam aktivitas sehari-hari. Bahkan saat ini alat transportasi digunakan sebagai alat ukur kemajuan dari suatu negara. Fenomena yang terjadi saat ini menggambarkan bahwa kebutuhan akan kendaraan tidak hanya menjadi sekedar alat transportasi tetapi bagi sebagian kalangan masyarakat telah menjadi bagian dari gaya hidup.

Alat transportasi yang cukup diminati masyarakat salah satunya adalah sepeda motor. Kendaraan roda dua ini merupakan pilihan yang tepat untuk menghindari resiko kemacetan dan juga lebih mempermudah untuk mencapai tempat tujuan. Sepeda motor memiliki harga jauh lebih murah dibandingkan dengan mobil. Sepeda motor juga membutuhkan bahan bakar minyak lebih sedikit dibandingkan dengan mobil. Sepeda motor juga dapat dibeli secara kredit dengan uang muka yang relatif murah, sehingga kondisi ini dapat menarik minat masyarakat untuk membeli sepeda motor, dan hal ini yang menjadi salah satu faktor sepeda motor banyak diminati masyarakat. Permintaan pasar akan kendaraan bermotor yang sedemikian tingginya, menyebabkan produsen otomotif berlomba-lomba menciptakan produk yang mampu memenuhi seluruh permintaan calon pembeli.

Dalam sebuah perusahaan pasti ada visi dan misi untuk menjadi arah dari sebuah perusahaan, sama halnya dengan PT. Radja Sakti Motor yang mempunyai visi dan misi sebagai berikut, visi: menjadi perusahaan yang terpercaya dengan sumber daya manusia yang unggul dalam bidang jasa otomotif. Misi: a. seluruh karyawan memberikan pelayanan dengan sepenuh hati kepada seluruh pelanggan. b. menerapkan standar operasional yang tepat yang dijadikan landasan untuk menghasilkan kinerja yang optimal.

Pada tahun 2015, PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) mengeluarkan produk barunya yaitu Nmax

150 yang ikut menjadi pemain pada segmen skuter matik premium menyaingi Honda PCX 150 yang sebelumnya menjadi satu-satunya pemain pada segmen tersebut. Kehadiran Yamaha Nmax disambut baik oleh konsumen sepeda motor Indonesia dibuktikan dengan penjualannya sebesar 1.916 unit pada bulan pertama kemunculannya, karena Yamaha Nmax diproduksi langsung di Indonesia sehingga dapat dijual dengan harga yang jauh lebih murah yaitu 27,4 juta rupiah.

Persaingan antara kedua produsen terbesar sepeda motor di Indonesia mengawali era baru persaingan jenis sepeda motor yang bergeser ke jenis matik premium, menggeser sepeda motor *automatic* dan motor bebek yang sebelumnya sempat menjadi tren penjualan sepeda motor di Indonesia. Dibuktikan dengan banyak bermunculannya sepeda motor matik premium baru yang dikeluarkan oleh masing-masing produsen, diantaranya Yamaha yang mengeluarkan tipe motor seperti Nmax 155, Aerox 155, dan Mio M3 125. Honda mengeluarkan PCX 150, Vario 150, dan Beat Series.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukanyang dilakukan oleh Juhaeri (2019), menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pengguna ojek *online*. Penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Juga pada penelitian Taroreh (2018) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Selanjutnya penelitian tentang desain produk terhadap keputusan pembelian, oleh beberapa peneliti terdahulu oleh Kartika (2014) yang menyatakan bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Batik Tulis Warna Alam di Giriloyo Yogyakarta. Juga pada penelitian terdahulu Hidayah (2017) yang menyatakan Desain Produk

berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Yamaha Sport 150cc di Kabupaten Klaten (studi kasus pada komunitas motor sport yamaha 150cc se-kabupaten Klaten). Selain itu penelitian terdahulu oleh Safitri (2015) juga menyatakan variabel desain produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Batik Tjokro Bakaran Juwana Pati. Tetapi pada penelitian Suari, *et all* (2019) desain produk terhadap keputusan pembelian terdapat pengaruh yang tidak signifikan pada Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen

Manajemen berasal dari bahasa Inggris management dengan kata kerja to manage, diartikan secara umum sebagai mengurus. Selanjutnya definisi manajemen berkembang lebih lengkap. Lauren A. Aply seperti yang dikutip Tanthowi dalam jurnal Eri Susan (2019) menerjemahkan manajemen sebagai "The art of getting done though people" atau seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.

Pemasaran

Menurut Sumarwan (2018) pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa tersebut, sehingga terjadi transaksi atau pertukaran antara produsen dengan konsumen.

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (dalam Panzy et al 2015:4), definisi manajemen pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2017:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan

tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu jasa atau produk yang terdiri atas kualitas kesesuaian dan kualitas desain. Kualitas berhubungan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Desain Produk

Menghasilkan produk sesuai dengan yang dibutuhkan manusia adalah hal yang ingin dicapai dari proses perancangan. Salah satu caranya adalah dengan merancang dan berorientasi terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan. Kemampuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, kemudian secara tepat menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut dengan biaya yang rendah merupakan kunci sukses perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya. Desain yang baik dapat memberikan kontribusi dalam hal kegunaan produk dan juga penampilan (Arianty dkk, 2016, hal. 101).

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan hasil akhir dari sebuah pemikiran dan tindakan dalam pengambilan keputusan pembelian untuk menggunakan, memakai, atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Arif, 2016)

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, menurut Sugiyono (2017:44) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan demikian penelitian asosiatif ini dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembelian motor pada PT. Radja Sakti

Motor pada tahun 2021 dengan jumlah 771 orang. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebesar 89 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

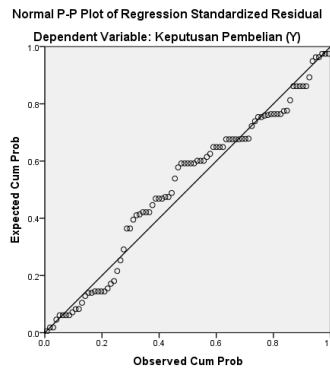
Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Dengan *Kolmogorov-Smirnov Test*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.90930351
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.075
	Negative	-.121
Test Statistic		.121
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)Sig.		.133 ^d
99% Confidence Interval	Lower Bound	.124
	Upper Bound	.142

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi 0,133 > 0,050. Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal.



Sumber: Data diolah penulis (2023)

Gambar 1. Grafik *P-P Plot* Hasil Uji Normalitas

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa grafik normal *probability plot* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Oleh karena ini dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.680	1.119		3.290	.001		
	Kualitas	.256	.063	.282	4.059	.000	.207	4.84

Pelayanan (X1)								0
Desain Produk (X2)	.657	.066	.696	10.011	.000	.207		4.840
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)								

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel di atas diperoleh nilai *tolerance* variabel kualitas pelayanan sebesar 0,207 dan desain produk sebesar 0,207 nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)

variabel kualitas pelayanan sebesar 4,840 dan variabel desain produk sebesar 4,840 nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini dinyatakan tidak ada gangguan multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

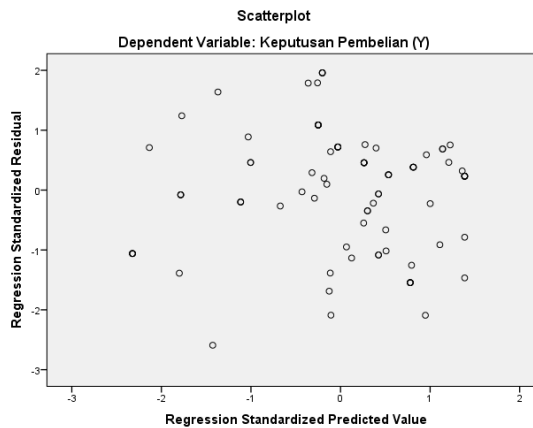
Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji *Glejser* Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.110	.658		4.727	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.033	.037	.205	.878	.383
Desain Produk (X2)	-.054	.039	-.326	-1.395	.167

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, *glejser* test model pada variable kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,383 dan desain produk (X2) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,167 dimana keduanya nilai

signifikansi (Sig.) > 0,05. Dengan demikian regression model pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian.



Sumber: Data diolah penulis (2023)

Gambar 2. Grafik *Scatter Plot* Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil gambar di atas, titik-titik pada grafik *scatterplot* tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas atau tidak membentuk pola tertentu.

Dengan demikian disimpulkan tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian.

Analisis Koefisien Korelasi (r)

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Kualitas Pelayanan (X1)	Keputusan Pembelian (Y)
Kualitas Pelayanan (X1)	Pearson Correlation	1	.902**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	89	89
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.902**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	89	89

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,902 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,80 - 1,000 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Desain Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

		Desain Produk (X2)	Keputusan Pembelian (Y)
Desain Produk (X2)	Pearson Correlation	1	.947**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	89	89
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.947**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	89	89

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,947 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,80 - 1,000 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Desain Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.956 ^a	.914	.912	2.943	1.900

a. Predictors: (Constant), Desain Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,956 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,80 - 1,000 artinya variabel kualitas pelayanan dan desain produk mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.902 ^a	.814	.812	4.306	1.527

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,814 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel

keputusan pembelian sebesar 81,4% sedangkan sisanya sebesar $(100-81,4\%) = 18,6\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Desain Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.947 ^a	.898	.896	3.194	2.179

a. Predictors: (Constant), Desain Produk (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,898 maka dapat disimpulkan bahwa variabel desain produk

berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 89,8% sedangkan sisanya sebesar $(100-89,8\%) = 10,2\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Desain Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.956 ^a	.914	.912	2.943

a. Predictors: (Constant), Desain Produk (X2), Kualita Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,914 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan desain produk berpengaruh

terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 91,4% sedangkan sisanya sebesar $(100-91,4\%) = 8,6\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Pengujian Hiopotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Desain Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7925.636	2	3962.818	457.553	.000 ^b
Residual	744.836	86	8.661		
Total	8670.472	88			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Desain Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} atau ($457.553 > 3.103$), hal ini juga diperkuat dengan signifikansi $< 0,050$ atau ($0,000 < 0,050$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan desain produk terhadap keputusan

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 7,513 + 0,818 X_1$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,902 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,814 atau sebesar 81,4% sedangkan sisanya sebesar 18,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($19,512 > 1,988$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian yang penulis lakukan ini, mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Meliana, *et all* (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Giant *Hypermarket*) berdasarkan hasil perhitungan *Coefficient*, diperoleh angka sig 0,001 sehingga ($0,001 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, ada pengaruh antara kualitas interaksi terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 0,379 atau 37,9%. Pada X_2 angka sig sebesar 0,052 jadi angka ($0,052 > 0,05$) maka tidak signifikan jadi, H_0 diterima dan H_0 ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel kualitas lingkungan fisik (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Z). Pada X_3 angka sig sebesar 0,117 jadi angka ($0,117 > 0,05$) maka tidak signifikan, jadi H_0 diterima dan H_0

ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel kualitas keluaran / hasil (X_3) terhadap variabel keputusan pembelian (Z).

2. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 4,148 + 0,894 X_2$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,947 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,898 atau sebesar 89,8% sedangkan sisanya sebesar 10,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($27,621 > 1,988$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan desain produk terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian yang penulis lakukan ini, mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad & Subakir (2020) diketahui nilai t-hitung variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,000, dari perhitungan menunjukkan hipotesis diterima dan berpengaruh (+) dan sig dengan Keputusan Pembelian. Diketahui dari tabel di atas nilai t-hitung variabel Desain Produk (X_2) sebesar 0,011 atau secara signifikan sebesar 0,011. Dari perhitungan menunjukkan hipotesis diterima dan berpengaruh (+) dan sig dengan Keputusan Pembelian. Diketahui nilai F-hitung Keputusan Pembelian yaitu sebanyak 16,773 dengan nilai 0,000. Hasil dari penelitian tersebut dinyatakan bahwa hipotesis diterima, yang berarti Kualitas Produk dan Desain Produk ada hubungan dengan Keputusan Pembelian.

3. Pengaruh Keputusan Pembelian dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan desain produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 3,680 + 0,256 X_1 +$

0,657 X2. Nilai koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,956 artinya memiliki hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 0,914 atau sebesar 91,4% sedangkan sisanya sebesar 8,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($457.553 > 3.103$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan kualitas pelayanan dan desain produk terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian yang penulis lakukan ini, mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Suari, *et all* (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh signifikan dari (1) kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 80,3%, (2) kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 21,9%, dan (3) desain produk terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 8,9% pada kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen.

Mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Handayani, *et all* (2020) dengan judul Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen *Shopping Goods* hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel desain produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan desain produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

PENUTUP

1. Kesimpulan

- Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 7,513 + 0,818 X_1$, nilai korelasi sebesar 0,902 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 81,4% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{table}$ atau ($19,512 > 1,988$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
- Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $= 4,148 + 0,894 X_2$ nilai korelasi sebesar 0,947 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 89,8% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($27,621 > 1,988$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan desain produk terhadap keputusan pembelian.
- Kualitas pelayanan dan desain produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 3,680 + 0,256 X_1 + 0,657 X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,956 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 91,4% sedangkan sisanya sebesar 8,6% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($457.553 > 3.103$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan kualitas pelayanan dan desain produk terhadap keputusan

2. Saran

- a. Kualitas pelayanan pernyataan yang paling lemah adalah nomor 4 yaitu "Sales memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh konsumen" dimana hanya mencapai *score* sebesar 3,22. Untuk lebih baik lagi, sales PT. Radja Sakti Motor harus memberikan informasi yang sangat jelas, bahkan harus memberi informasi untuk beberapa kali atau di praktekan apabila konsumen ingin mengetahui informasi fiturnya.
- b. Desain produk pernyataan yang paling lemah adalah nomor 2 yaitu "Fitur sepeda motor Yamaha lebih memudahkan" dimana hanya mencapai *score* sebesar 3,48. Untuk lebih baik lagi PT. Radja Sakti Motor harus lebih jelas saat memberikan informasi terkait fitur terbaru Yamaha, dan mampu menjelaskan secara detail hingga dapat diemengerti konsumen.
- c. Keputusan pembelian pernyataan yang paling lemah adalah nomor 1 yaitu "Tidak dapat menukarkan motor apabila ada kecacatan pada mesin" dimana hanya mencapai *score* sebesar 3,30. Untuk lebih baik lagi PT. Radja Sakti Motor harus memberi tahu kepada calon pembeli, apabila ada kecacatan pada mesin motor tidak dapat ditukarkan kembali kecuali pembeli memenuhi syarat & ketentuan dari Yamaha

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Lotte Grosir Meruya, *skripsi*, Tangerang Selatan, Universitas Pamulang.
- Azany dan Frena (2014). Analisis Pengaruh Desain Produk, Motivasi Konsumen dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Sepatu Bellagio Java Supermall Semarang). *Skripsi*, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Semarang, Universitas Diponegoro.
- Barata, S. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Daksa Naya Manajemen. *Skripsi*, Tangerang Selatan, Universitas Pamulang.
- Basrah Saidani, et all. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA FUTSAL ADIDAS DI WILAYAH JAKARTA TIMUR". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* | Vol. 4, No. 2, 2013
- Burhanuddin Firmansyah. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK TULIS JETIS SIDOARJO". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, ISSN: 2337-6708 Volume 01 Nomor 01 Tahun 2018.
- Danang Sunyoto. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus) Cetakan Ke-3*, Jakarta: PT. Buku Seru.
- Firmansyah, Anang dan Mahardhika, Budi W. (2018). *Pengantar Manajemen*, Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Hasibuan Melayu S.P., H. (2020). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayah, R. (2017). *Pengaruh Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Sport 150cc di kabupaten Klaten (studi kasus pada komunitas motor sport yamaha 150cc se-kabupaten Klaten)*, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ichwan Haqqi Muhammad & Subakir. "Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya". *Journal of Sustainability Business Research*, ISSN: 2746-8607 Vol. 1 No. 1 Desember 2020.
- Indahingwati, A. (2019). *Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan Sim Keliling (1st ed.)*, Surabaya: CV. Jakad Publishing

- Surabaya.
- Jasella Handayani, *et all.* "Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen *Shopping Goods*". *Journal of Business and Banking*, ISSN 2088-7841 Volume 10 Number 1 Mei - Oktober 2020 pp. 91-103.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kristina dan Widyaningrum (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Laksana, M.F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*, Sukabumi: CV. Al Fath.
- Lilik Maslikha. "Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy F1 di Kediri". *Journal of Business and Innovation Management*, Volume 1 Nomor 3, Juni 2019 Halaman 318-328.
- Made Tiya Yogi Suari, *et all.* "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN". *Jurnal Manajemen*, Vol. 5 No. 1, Maret Tahun 2019 P-ISSN: 2476-8782.
- Meliana, *et all.* "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian STUDI KASUS PADA GIANT HYPERMARKET". *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol. 1 No. 3, 2013 pp. 247-254 STIE Kesatuan ISSN 2337 - 7860.
- Naufal, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda ADV150*. *Skripsi*, Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Nurmin Arianto dan Briani Dewi Astri Octavia. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pada PT SI.". *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 4, No.2, Maret 2021 (98-107) p-ISSN 2621 - 797X ; e-ISSN 2746-6841 DOI:10.32493.
- Ratminto. (2018). *Pelayanan Prima (1st ed.)*, Yogyakarta: UGM Press.
- Siswanto, B. (2021). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, Bogor: IPB Press.
- Yuliyana, F. (2018). *Pengaruh Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan pada CV. Yamaha Indo Sakti Motor Depok*, *skripsi*, Bogor, Universitas Pakuan.