



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Suku Cadang Motor Pada Sinar Jaya Motor

Christ^{*1}, Desma Erica Maryati M.²

Program Studi Manajemen, STIE Eka Prasetya Medan, Indonesia

Email : ^{*1}christgo162@gmail.com ²desma@eka-prasetya.ac.id

ABSTRAK - Saat ini sudah sangat banyak sekali produsen yang membuat berbagai jenis sepeda motor yang dapat di tawarkan kepada konsumen yang di mana semakin banyaknya motor maka akan semakin besar pula permintaan untuk suku cadang dari sepeda motor tersebut. Salah satu produsen yang menawarkan suku cadang sepeda motor dari sekian banyaknya distributor adalah Sinar Jaya Motor. Pasti nya konsumen sangat menginginkan kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan tersebut dan menginginkan barang sesuai dengan kebutuhan motor mereka itu sendiri. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Suku Cadang Motor Pada Sinar Jaya Motor. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Data tersebut di analisa secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini didapatkan melalui wawancara serta pembagian kuesioner yang dilakukan kepada responden. Jenis penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel yaitu non *probability* sampling dengan jenis sampel jenuh untuk pengumpulan data. Pada penelitian ini mencakup analisis regresi berganda.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Diferensiasi Produk, Keputusan Pembelian, Suku Cadang, Sepeda Motor

ABSTRACT - At this time the vehicle is important in carrying out daily activities. At this time there are already very many manufacturers that make various types of motorcycles that can be offered to consumers where the more motorbikes, the greater the demand for spare parts from these motorbikes. One of the manufacturers offering motorcycle parts from many distributors is Sinar Jaya Motor. Certainly, consumers want good service quality from these companies and want goods according to the needs of their motorbikes themselves. Therefore, the purpose of this study was to determine the effect of service quality and product differentiation on purchasing decisions for motorcycle parts at the Sinar Jaya Motor store. . This study uses a qualitative descriptive research method using primary data sources and secondary data resources. The data were analyzed by descriptive qualitative. The results of this study were obtained through interviews and distributing questionnaires to respondents. This type of research uses a sampling method, namely non-probability sampling with saturated sample types for data collection. This study includes multiple regression analysis.

Keywords: Quality of Service, Product Differentiation, Purchase Decision, Spare Parts, Motorcycles

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini kendaraan merupakan hal yang penting dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Sepeda motor adalah kendaraan yang dimiliki oleh hampir setiap masyarakat karena sepeda motor dapat membantu masyarakat dalam menjalankan kegiatannya sehari-hari. Sinar Jaya Motor merupakan salah satu toko yang bergerak dibidang penjualan suku cadang dan aksesoris motor yang di mana toko ini sudah berdiri sejak tahun 2014.

Sinar Jaya Motor sendiri sudah memasarkan berbagai macam produknya ke konsumenkonsumen mereka. Mereka juga berusaha mengikuti era sekarang yang membuka usaha secara online di *market place* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dan Akulaku. Namun, Sinar Jaya Motor belakangan ini mengalami penurunan penjualan dari tahun- tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh kualitas pelayanan yang kurang maksimal serta diferensiasi produk yang dilakukan oleh Sinar Jaya Motor untuk saat ini kurang maksimal. Karena jika kualitas pelayanan kurang maksimal otomatis banyaknya produk yang di tawarkan oleh Sinar Jaya Motor membuat konsumen



bingung dalam melakukan keputusan pembelian final dalam membeli produk di Sinar Jaya Motor. Berikut data penjualan dari Sinar Jaya Motor.

Data Penjualan SJ Motorpart

Tahun Penjualan	Omset Penjualan
2017	Rp. 5.463.397.650
2018	Rp. 10.693.910.700
2019	Rp. 9.966.397.500
2020	Rp. 15.387.418.100
2021	Rp. 4.658.634.000

Sumber : Sinar Jaya Motor, 2022

Kualitas Pelayanan merupakan poin penting dimana jika kualitas pelayanan suatu usaha tidak terlalu bagus maka konsumen akan merasa bahwa perusahaan tersebut tidak kompeten dalam melakukan pemasaran suatu produk yang sangat banyak di dalam satu usaha tersebut. Kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang dimana kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan dari konsumen yang semakin puasnya konsumen akan meningkatkan keputusan pembelian dari konsumen tersebut.

Selain Kualitas Pelayanan adapun yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu diferensiasi produk. Diferensiasi produk juga berperan penting untuk kehidupan suatu usaha karena dengan adanya diferensiasi dari setiap produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen itu juga akan mempengaruhi keputusan pembelian, konsumen yang bingung dengan banyaknya produk pastinya akan menanyakan hal tersebut ke pelayanan perusahaan. Maka dari itu kualitas pelayanan sangat penting di dalam suatu usaha apa pun itu.

Upaya dari Sinar Jaya Motor yaitu untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan toko dan juga selalu melakukan penjelasan terhadap diferensiasi produk yang dilakukan oleh Sinar Jaya Motor itu sendiri agar konsumen tidak merasa bingung dengan suku cadang apa yang mereka butuhkan untuk sepeda motor kesayangan mereka.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Keputusan Pembelian

Menurut Firmansyah(2018:27),Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

Ada tiga indikator untuk menentukan keputusan pembelian yang diambil dari (Kotler 2018:70) yaitu:

- Kemantapan pada sebuah produk Dalam melakukan pembelian, konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif yang ada.



b. Kebiasaan dalam membeli produk Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain Dalam melakukan pembelian, jika konsumen mendapatkan manfaat yang sesuai dengan sebuah produk, mereka pasti merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain.

2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Menurut Jasfar, dalam (Yafie, 2017) terdapat 5 indikator kualitas dalam pelayanan atau

jasa., yaitu :

1. Pertama, *Realibility* (Kehandalan) adalah kapasitas untuk menawarkan layanan seperti waktu, kesiapan bila diperlukan, dan bantuan dalam mempelajari tugas.
2. Kedua, *Responsivisness* (daya tanggap) merupakan keinginan dalam hal menolong, kecapatan untuk memberikan layanan serta kecemasan untuk mengatasi sebuah keluhan konsumen.
3. Ketiga, Assurance (Jaminan) merupakan sikap sopan dan rendah hati untuk pelayanan, dalam hal ini dipercaya serta adanya luas dan kemamuan dalam mengatasi permasalahan.
4. Keempat, *Empathy* (empati) merupakan hasil kemampuan membangun berkomunikasi dengan baik untuk memberikan informasi serta perhatian pada konsumen atau pembeli.
5. Kelima, *Tangible* (produk fisik) merupakan fasilitas yang terlihat atau fisik seperti bersih, kerapian karyawan.

2.3 Diferensiasi Produk

Menurut Wibowo dan Priansa (2017) diferensiasi produk adalah proses menambahkan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai guna membedakan tawaran perusahaan itu dari tawaran pesaing.

Menurut Kotler dan Keller(2017:385), indikator diferensiasi produk meliputi:

1. Bentuk
2. Fitur
3. Mutu kinerja
4. Mutu kesesuaian
5. Daya tahan
6. Keandalan
7. Mudah diperbaiki
8. Gaya
9. Rancangan



2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H1 : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Suku Cadang Sepeda Motor pada Toko Sinar Jaya Motor.

H2 : Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Suku Cadang Sepeda Motor pada Toko Sinar Jaya Motor.

H3 : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Suku Cadang Sepeda Motor pada Toko Sinar Jaya Motor.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di kantor Sinar Jaya Motor. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan sumber data primer. Data tersebut di analisa secara deskriptif kualitatif yaitu dengan cara, data yang sudah diperoleh dari hasil observasi, wawancara serta dokumentasi diolah dengan baik menjadi perangkat informasi yang memperoleh kesimpulan.

Hasil penelitian ini didapatkan melalui wawancara serta pembagian kuesioner melalui google form yang dilakukan kepada responden. Data yang diperoleh dari kuesioner diolah menggunakan acara aplikasi komputer SPSS (Statistical Product and Science Solution) untuk setiap responden menjawab kuesioner tersebut digunakan skala Likert, yaitu 5 (Sangat setuju), 4 (setuju), 3 (RaguRagu), 2 (Tidak Setuju), 1 (Sangat Tidak Setuju).

Menurut Sugiyono (2017:136) populasi adalah keseluruhan element yang dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Populasi yang diterapkan dalam kajian ini adalah semua pelanggan yang berasal dari Sinar Jaya Motor yaitu sebanyak 100 pelanggan

Menurut Sugiyono (2017: 81) Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampel jenuh. Menurut Sugiyono (2017:85) teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel di mana semua anggota populasi digunakan menjadi sampel. Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 sampel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Variable		Rcount	Rtable	Criteria	Conclusion
Kualitas Pelayanan	X1.1	0.591	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	X1.2	0.681	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	X1.3	0.701	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	X1.4	0.778	0.361	Rcount > Rtable	Valid



	X1.5	0.415	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	X1.6	0.502	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	X1.7	0.528	0.361	Rcount > Rtable	Valid
Diferensiasi Produk	X2.1	0.472	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	X2.2	0.676	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	X2.3	0.787	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	X2.4	0.760	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	X2.5	0.714	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	X2.6	0.749	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	X2.7	0.598	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	X2.8	0.394	0.361	Rcount > Rtable	Valid
Keputusan Pembelian	Y.1	0.385	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	Y.2	0.512	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	Y.3	0.654	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	Y.4	0.494	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	Y.5	0.518	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	Y.6	0.576	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	Y.7	0.652	0.361	Rcount > Rtable	Valid
	Y.8	0.368	0.361	Rcount > Rtable	Valid

Pada tabel uji validitas diatas, menunjukkan bahwa Pearson Correlations memiliki nilai yang lebih besar dari nilai Korelasi (0.361) sehingga memperoleh hasil pernyataan kuesioner adalah valid.

4.2 Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha Grades	Reliability Value	Criteria	Conclusion
Kualitas Pelayanan	0.701	0.600	Cronbach's Alpha Grades > Reliability Value	Reliable



Manajemen, EKonomi, Akuntansi, Bisnis Digital dan Kewirausahaan (MEKANISDA)

Vol.1, No.1, Februari 2023, Hal. 1- 9

ISSN XXXX-XXXX (Media Online)

<https://ejurnal.mitrakreasicendekia.com/index.php/mekanisda/>

Diferensiasi Produk	0.798	0.600	Cronbach's Alpha Grades > Reliability Value	Reliable
Keputusan Pembelian	0.609	0.600	Cronbach's Alpha Grades > Reliability Value	Reliable

Pada tabel uji reliabilitas di atas, terlihat bahwa data di atas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang mewakili setiap variabel reliabel. Hal ini dibuktikan bahwa item pernyataan memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai reliabilitas minimum (0,600) dan nilai positif.

4.3 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	22,275	3,199		,000
	Kualitas Pelayanan				
	Diferensiasi Produk	,041	,094	,042	,659
		,308	,074	,397	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Analisis uji regresi linear berganda :

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2 + e$$

$$\text{Keputusan Pembelian} = 22.275 + 0.041 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0.308 \text{ Diferensiasi Produk} + 0.05$$

Hasil Uji Analisis Linier Berganda :

- Konstanta

Berdasarkan persamaan nilai konstanta diperoleh sebesar 22.275 yang artinya jika Loyalitas Pelayanan yang diteliti "konstan".



- Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan (B1)

Berdasarkan persamaan koefisien regresi Loyalitas Pelayanan diperoleh sebesar 0.041.

- Koefisien Regresi Diferensiasi Produk (B2)

Berdasarkan persamaan koefisien regresi Loyalitas Pelayanan diperoleh sebesar 0.308.

4.4 Hasil Uji t tabel

Pengujian t tabel = $(e/2 ; n-k-1)$

$$= (0.025 ; 100 - 3 - 1)$$

$$= 96 = 1.985$$

Hasil Analisis Uji t :

- Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar $0.659 < 0.05$ dan nilai t hitung $0.445 > t$ tabel 1.985 sehingga dapat disimpulkan H1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X_1 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

- Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar $0.00 > 0.05$ dan nilai t hitung $4.145 < t$ tabel 1.985 sehingga dapat disimpulkan H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X_2 (Diferensiasi Produk) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

4.5 Uji F tabel

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	171,025	2	85,512	9,786	,000 ^b
	Residual	847,565	97	8,738		
	Total	1018,590	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan

Pengujian F Tabel

$$\begin{aligned} df_1 &= k - 1 & df_2 &= n - k \\ &= 3 - 1 & &= 100 - 3 \\ &= 2 & &= 97 \end{aligned}$$



Berdasarkan hasil uji F tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai $\text{sig } 0.000 < 0.05$ dan F hitung 9.786 > f tabel 3.090, maka dari itu H_3 diterima dan model regresi berganda ini layak digunakan dan variabel independen yang meliputi Kualitas Pelayanan (X_1) dan Diferensiasi Produk (X_2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian.

4.6 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.410 ^a	.168	.151	2,956

a. Predictors: (Constant), Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,168 yang artinya bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian dipengaruhi sebesar 15.1 % dan sisa 84.9 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti harga dan promosi.

5. CONCLUSION

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Sinar Jaya Motor. Suatu usaha dikatakan berhasil jika kualitas pelayanan yang mereka tawarkan baik sehingga membuat pelanggan melakukan keputusan untuk membeli produk di perusahaan tersebut. Sehingga Sinar Jaya Motor harus terus menambah kualitas dari pelayanan mereka agar ke depannya dapat lebih baik lagi dan dapat menarik perhatian dari pelanggan.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa Diferensiasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Sinar Jaya Motor. Sinar Jaya Motor memiliki beragam produk yang mereka tawarkan sehingga itu menarik perhatian pelanggan untuk membeli. Tetapi Sinar Jaya Motor harus selalu memberitahukan fungsi dari produk tersebut dan apa kegunaannya untuk sepeda motor dari pelanggan yang ingin mencari suku cadang untuk sepeda motor mereka. Karena diferensiasi produk ini tujuannya untuk menarik perhatian dari konsumen dari segi kualitas, kegunaan dan selera dari konsumen itu sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil Hipotesis Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian pada Sinar Jaya Motor
2. Hasil Hipotesis Diferensiasi Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian pada Sinar Jaya Motor
3. Hasil Hipotesis Kualitas Pelayanan dan Diferensiasi Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian pada Sinar Jaya Motor

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Fransisca dan H. Wijoyo, "IMPLEMENTASI METTĀ SUTTA TERHADAP METODE PEMBELAJARAN DI KELAS VIRYA SEKOLAH MINGGU SARIPUTTA BUDDHIES," Jurnal Ilmu



Manajemen, EKonomi, Akuntansi, Bisnis Digital dan Kewirausahaan (MEKANISDA)

Vol.1, No.1, Februari 2023, Hal. 1- 9

ISSN XXXX-XXXX (Media Online)

<https://ejurnal.mitrakreasicendekia.com/index.php/mekanisda/>

Agama dan Pendidikan Agama Buddha, pp. 1-12, 2020.

- [2] A. N, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor," Jurnal Pemasaran Kompetitif, vol. I, no. 2, pp. 83-101, 2018.
- [3] D. Erica Maryati Manik, S. Rezeki dan Melda, "Pengaruh Pemasaran Dan Pengetahuan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Jasa PT. Jaya Harapan Tour Medan," Seminar Nasional Sosial Humaniora & Teknologi, pp. 601-609, 2022.
- [4] E. Susilawati dan A. Mulyana, "Pengaruh Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih PT Indocement Tunggul Prakarsa (Persero) Tbk Periode 2010-2017," Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi, vol. I, no. 2, pp. 74-82, 2018.
- [5] M. Halimah Anggarwati dan R. Yanti Devi, "PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK KILAT KHUSUS MITRA KORPORAT KANTOR POS PURWOKERTO," Jurnal Ecoment Global, vol. V, pp. 70-79, 2020.
- [6] R. Chotimussoleh Aminur dan T. Indra Wicaksana, "Peran Digital Marketing Terhadap Omset Penjualan Bagi UMKM di Solo Raya Pada Masa Pandemi Covid-19 The Role of Digital Marketing on Sales Turnover for MSMEs in Solo Raya During the Covid-19 Pandemic," e-Proceeding of Management, vol. VIII, no. 5, pp. 6554-6560, 2021.
- [7] R. Lee, "PENGARUH HARGA, IKLAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELUMAS PADA PT JUMBO POWER INTERNATIONAL BATAM," Universitas Putera Batam, Batam, 2022.
- [8] S. Rezeki, D. Erica Maryati Manik dan I. Gustina, "PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CV. MAKMUR AUTO SEJAHTERA MEDAN," Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP), vol. VII, pp. 79-90, 2021.
- [9] S. Zahra, N. Nurindah Sari dan T. Agus Khoironi, "PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PERSADA BANTEN PADA PT. HARAPAN INTI PERSADA DI KOTA SERANG," National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET), pp. 415-426, 2022.
- [10] W. Ricky, T. Summarsan Goh dan W. Julitawaty, "PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PT. AMORINDO MITRA SENTOSA MEDAN," vol. V, no. 1, pp. 34-41, 2019.