



KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA PT DASATAMA CEMERLANG MOTORINDO DUMAI

MOTORCYCLE PURCHASE DECISION AT PT DASATAMA CEMERLANG MOTORINDO DUMAI

E. Maznah Hijeriah¹, Sofyan²

¹ STIA Lancang Kuning Dumai, ² STIE Mahaputra Riau
encik.maznah@gmail.com¹, sofyan_stiadmi@yahoo.co.id²

Info Artikel

Article history:

Submited : 2 Januari, 2022

Revisi : 6 Februari 2022

Diterima : 22 Februari 2021

Keywords:

Customer Satisfaction

Buying Decision

Motorcycle

Kata Kunci:

Kepuasan Pelanggan

Keputusan Membeli

Sepeda Motor

Korespondensi Penulis:

E. Maznah Hijeriah

Ilmu Administrasi Niaga

STIA Lancang Kuning Dumai

Email: *encik.maznah@gmail.com*

ABSTRACT

PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai is one of the companies engaged in the sale of Yamaha brand motorcycles in the city of Dumai. Along with the increasing public interest in motorcycles, therefore PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai offers motorcycles, especially the Yamaha brand and provides types and types various motorcycles. Based on the symptoms of the problem above, it can be formulated the problem, namely What Factors Affect Purchase Decisions at PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai. The theory used according to Swastha (2008:118) the factors that influence purchasing decisions are: decisions about product types, decisions about product forms, decisions about brands, decisions about sellers, decisions about the number of products, decisions about when to buy, and decisions about payment method. The population and sample in this study were all employees and customers totaling 64 people with the sampling method using the Saturated Sampling method for employees and the incidental sampling method for customers. The results of this study obtained a total score of 3,712 with a percentage of 92,06% in the good category and in the range of 2,688-4,032. The inhibiting factors in this study are the lack of convenience for consumers to get the type of product and the lack of a number of products offered by PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai.

ABSTRAK

PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan sepeda motor merk yamaha di kota Dumai .Seiring dengan makin besarnya minat masyarakat terhadap sepeda motor, oleh karena itu PT Dasatama menawarkan sepeda motor khususnya merk Yamaha serta menyediakan jenis dan type sepeda motor yang bermacam –macam. Berdasarkan gejala masalah di atas, dapat rumusan masalah yaitu faktor- faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian. Teori yang digunakan adalah teori faktor–faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu: keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merk, keputusan tentang penjual, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang waktu pembelian, dan keputusan tentang cara pembayaran. Populasi dan Sampel adalah seluruh karyawan dan pelanggan yang berjumlah 64 orang dengan metode pengambilan sampel menggunakan metode *Sampling Jenuh* untuk karyawan dan metode *sampling incidental* untuk pelanggan. Hasil penelitian diperoleh skor sebesar 3.712 dengan persentase 92,06% dengan kategori baik dan berada pada rentang 2.688-4.032. Faktor penghambat dalam penelitian ini yaitu masih kurangnya kemudahan konsumen dalam mendapatkan jenis produk dan masih kurangnya jumlah produk yang ditawarkan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.





1. PENDAHULUAN

Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai atau manfaat dan kepuasan kepada konsumen melalui produk dan jasa berkualitas dengan produk tersebut. Perkembangan pesat industri otomotif di Indonesia membuat tingkat persaingannya menjadi ketat, khususnya pada industri Sepeda Motor. Para produsen sepeda motor terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin beraneka ragamnya merek dan jenis sepeda motor di Indonesia. Akibatnya konsumen harus semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli.

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

Sifat konsumen yang lebih selektif dalam menentukan apa yang menjadi pilihannya membuat perusahaan berkompetisi untuk memberikan sesuatu yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan calon pembelinya. Membenahi, berinovasi dan mendengarkan apa yang dikatakan konsumen menjadi kunci keberhasilan suatu produk dan jasa baik yang sedang maupun yang akan dikembangkan.

Kondisi ini membuat perusahaan sepeda motor semakin meningkatkan inovasi dengan meluncurkan produk-produk baru untuk meningkatkan penguasaan pasar. Sepeda motor adalah sarana transportasi roda dua yang menjadi primadona para pengguna jalan khususnya di kota Dumai.

Hal ini bukan karena sepeda motor irit bahan bakar, tetapi juga cocok untuk kondisi jalanan yang relatif tidak bertambah. Dengan sepeda motor, mobilitas masyarakatpun tinggi. Mereka bisa pergi ke mana saja tanpa khawatir terjebak kemacetan dan tanpa perlu mengeluarkan uang untuk tarif angkutan umum

yang semakin tinggi. Di sisi lain, pihak lembaga keuangan pun tidak segan untuk mengucurkan kredit penjualan sepeda motor. Untuk dapat memiliki sepeda motor, konsumen tidak perlu mengeluarkan dana besar, cukup membayar DP kira-kira di bawah Rp. 1.000.000,00 dan cicilan kira-kira Rp. 400.000,00 maka dalam waktu tiga tahun sepeda motor sudah menjadi milik sendiri.

PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai yang dikenal oleh masyarakat dengan sebutan DCM merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan sepeda motor yang khusus menengani pemasaran Sepeda Motor Yamaha di Kota Dumai. PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai Hal ini di pertegas dengan Surat Izin Usaha Perdagangan No. SIUP/BPTPM/PM/123/VIII/2015. PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai beralamat di Jalan Jendral Sudirman, Kelurahan Buluh Kasap Kecamatan Dumai Timur sampai saat ini.

Salah satu faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yaitu faktor nilai atau manfaat yang akan diperoleh konsumen dari suatu produk. Selain itu, konsumen juga mempertimbangkan berapa besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut. Banyaknya produk yang memiliki kesamaan bentuk, kegunaan, dan fitur-fitur lain membuat konsumen kesulitan untuk membedakan produk – produk tersebut. Inovasi produk terus dilakukan oleh produsen sepeda motor untuk menarik perhatian konsumen dan tentu saja agar konsumen tertarik membeli produk yang dihasilkan.

Semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi membawa angin segar bagi perusahaan sepeda motor terutama Sepeda Motor merk Yamaha yang ditawarkan PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai saat ini banyak bermunculan merek Sepeda motor dengan desain dan kualitas yang bermutu serta harga yang cukup bersaing. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang otomotif hal ini merupakan suatu peluang untuk menguasai pangsa pasar.

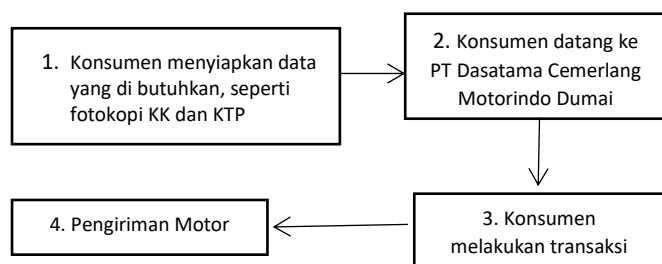
Seiring dengan makin besarnya minat masyarakat terhadap sepeda motor khususnya Merk Yamaha oleh karena itu PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai



memperluas bisnisnya dengan membuka chanel- chanel usahanya hingga menyentuh pinggiran kota. Hal ini membuktikan bahwa PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai selalu mengutamakan konsumen karena dengan begitu konsumen tidak perlu ke kota untuk membeli sepeda motor Yamaha dan Armada angkut PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai siap mengantar setiap pembelian sepeda motor Yamaha baik Cash dan Kredit dimanapun alamat tinggal konsumen. Pembelian sepeda motor pada PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai dapat di lakukan secara cash dan kredit yang mana keduanya memiliki mekanisme pembelian yang berbeda.

Adapun mekanisme pembelian sepeda motor secara cash sebagai berikut:

Gambar 1. Mekanisme Pembelian Sepeda Motor



Sumber: PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai

Pembelian secara cash dan kredit merupakan salah satu hal yang mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen dengan mempertimbangkan berbagai macam hal yang tentunya setiap konsumen memiliki keputusan yang berbeda.

Tabel 1 Daftar Perkembangan Pembelian Sepeda Motor Secara Cash dan Kredit

No	Pembelian	Tahun		
		2017	2018	2019
1	Cash	225	254	289
2	Kredit	370	532	489
	Total	595	786	778

Sumber: PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai Tahun 2020

PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai menawarkan sepeda motor merk Yamaha dengan berbagai type. Setiap type memiliki karakteristik yang berbeda beda. Adapun type sepeda motor merk Yamaha adalah sebagai berikut :

1. Type Sport: Type sepeda motor ini merupakan type yang memiliki kinerja dan kecepatan yang cukup tinggi, memiliki performa di atas rata rata, memiliki suspensi yang bisa di sesuaikan dengan kondisi jalan . Harganya pun relatif murah.
2. Type Matic: Type matic ini adalah tipe sepeda motor otomatis yang tidak menggunakan operan gigi manual dan hanya cukup dengan satu akselerasi, sepeda motor ini memiliki kapasitas silinder (CC) kecil dan posisi pengemudi yang tegak, ukuran sepeda motor ini lebih kecil dan ringan daripada tipe bebek.
3. Type Bebek: Tipe ini adalah tipe sepeda motor manual tanpa kopling yang memiliki Kapasitas Silinder (CC) kecil. Tipe sepeda motor ini yaitu model bodi yang bercorak dari jok pengendara ke bawah kemudian naik ke stang kemudi. Posisi pengendara untuk sepeda motor ini tegak

Keberhasilan suatu perusahaan bergantung pada kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Sama halnya dengan PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai yang tentunya memiliki target penjualan. Walaupun PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai sudah banyak di kenal oleh banyak masyarakat khususnya di Kota Dumai, penjualan sepeda motor merk Yamaha ini juga tidak selalu berjalan sesuai dengan target penjualan perusahaan yang di inginkan.

Pembeli bisa mengambil keputusan untuk membeli suatu barang ataupun jasa. Setiap pembeli, bisa memutuskan untuk membeli jenis produk yang ia butuhkan dan ia inginkan yang sesuai dengan selera nya. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sepeda motor type matic, sport, dan bebek atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh mengenai keputusan pembelian yang telah diberikan oleh PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai dalam suatu penelitian dengan judul “Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai”.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam susanti dan gunawan (2019), keputusan di definisikan sebagai sebuah pilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan. Ditinjau dari perilaku konsumen, maka ketika seseorang telah memilih antara membeli atau tidak membeli, pilihan antar merek satu dengan merek lain, atau pilihan menghabiskan waktu dengan melakukan A atau B, orang itu berada dalam posisi membuat keputusan.



Menurut Kotler dan Amstrong (2008), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses keputusan pembelian pembeli dimana konsumen benar benar membeli. Keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Pranoto (2008), juga menjelaskan perilaku pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa diawali dengan adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan atau keinginan dan menyadari adanya masalah selanjutnya, maka konsumen akan melakukan beberapa tahap yang pada akhirnya sampai pada tahap evaluasi pasca pembelian.

Menurut Swastha (2007) "Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan". Setiap keputusan membeli mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh komponen. Komponen komponen tersebut akan dibahas dalam kaitannya dengan pembelian sebuah radio kecil.

1. Keputusan tentang jenis produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah radio atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli radio serta alternatif lain yang mereka pertimbangkan.

2. Keputusan tentang produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli bentuk radio tertentu. Keputusan tersebut menyangkut pula ukuran, mutu suara, corak dan sebagainya. Dalam hal ini perusahaan harus melakukan riset pemasaran untuk mengetahui kesukaan konsumen tentang produk bersangkutan agar dapat memaksimalkan daya tarik merknya.

3. Keputusan tentang merk

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merk mana yang akan dibeli. Setiap merk memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merk.

4. Keputusan tentang penjualnya

Konsumen harus mengambil keputusan dimana radio tersebut akan di beli, apakah pada toko serba ada, toko alat-alat listrik, toko khusus radio atau toko lain. Dalam hal ini, produsen, pedagang besar, dan pengecer harus mengetahui bagaimana konsumen memilih penjual tertentu.

5. Keputusan tentang jumlah produk

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan di belinya pada suatu saat. Pembelian yang akan dilakukan mungkin lebih dari satu unit. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

6. Keputusan tentang waktu pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang kapan ia harus melakukan pembelian. Masalah ini akan menyangkut tersediannya uang untuk membeli radio. Oleh karena itu perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam penentuan waktu pembelian. Dengan demikian perusahaan dapat mengatur waktu produksi dan kegiatan pemasarannya.

7. Keputusan tentang cara pembayaran

Konsumen harus mengambil keputusan tentang metode atau cara pembayaran produk yang di beli, apakah secara tunai atau dengan cicilan. Keputusan tersebut akan mempengaruhi keputusan tentang penjual dan jumlah pembelinya. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui keinginan pembeli terhadap cara pembayarannya.

2. METODE

Penelitian kuantitatif dilaksanakan dengan populasi dan sampel adalah seluruh karyawan, pelanggan di PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai. Dengan teknik pengambilan sampel karyawan digunakan metode *sampling jenuh* (Afrizal, 2018), sedangkan untuk pelanggan digunakan metode *sampling incidental dengan total 64 responden*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2013). Adapun teknik pengumpulan data yaitu kuesioner (angket) dan interview (wawancara). Analisa data pada penelitian ini menggunakan *statistic deskriptif*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setiap penelitian bertujuan untuk mencari jawaban atas permasalahan yang diteliti. Guna mencapai tujuan tersebut, maka berdasarkan hasil temuan penulis selama dilapangan, berikut ini disajikan analisis dan di interpretasikan sebagai upaya penulis untuk menjawab pokok penelitian yang dilakukan.

Untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada PT Dasatama Cemerlang



Motorindo Dumai dapat dilihat dari beberapa indikator. Lebih jelasnya penulis melakukan penyebaran angket yang akan dapat memberikan jawaban atas penelitian yang dilakukan. Dimana 7 (tujuh) indikator faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu: Keputusan Tentang Jenis Produk, Keputusan tentang bentuk produk, Keputusan tentang merk, Keputusan tentang penjualnya, Keputusan tentang jumlah produk, Keputusan tentang waktu pembelian, dan Keputusan Tentang Cara Pembayaran

Dari penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil rekapitulasi tanggapan responden yang disajikan dalam rekapitulasi data dapat dilihat pada tabel berikut ini :

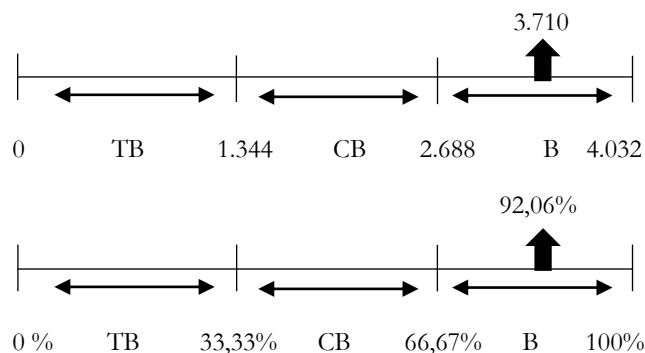
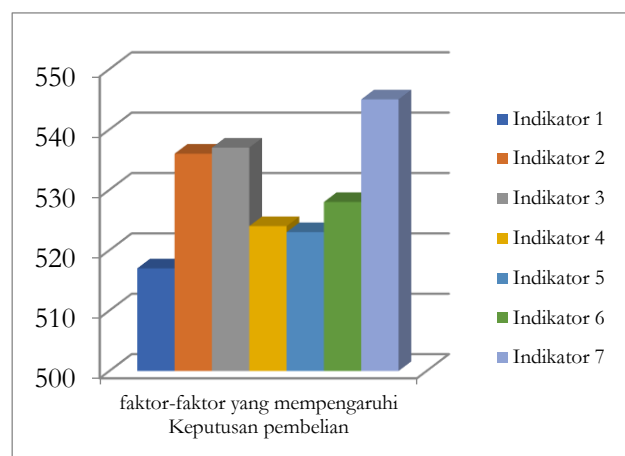
Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Penelitian

No	Indikator	Jumlah Skor
1	Keputusan tentang jenis produk	517
2	Keputusan tentang bentuk produk	536
3	Keputusan tentang merk	537
4	Keputusan tentang penjualnya	524
5	Keputusan tentang jumlah produk	523
6	Keputusan tentang waktu pembelian	528
7.	Keputusan tentang cara pembayaran	545
Jumlah Skor		3.710

Sumber data : Hasil olahan data penelitian tahun 2020

Melalui tabel diatas, dapat dijelaskan hasil tanggapan responden penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk 7 (tujuh) indikator penelitian yang penulis gunakan untuk mengukur variabel faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai yaitu : pada indikator Keputusan tentang jenis produk memperoleh skor sebesar 517, selanjutnya untuk indikator Keputusan tentang bentuk produk diperoleh skor sebesar 536, adapun tanggapan responden untuk indikator Keputusan tentang merk memperoleh skor sebesar 537, untuk indikator Keputusan tentang penjualnya diperoleh skor sebesar 524 , untuk tanggapan responden terhadap indikator Keputusan tentang jumlah produk memperoleh skor sebesar 523 , untuk tanggapan responden terhadap indikator Keputusan tentang waktu pembelian memperoleh skor sebesar 528, untuk tanggapan responden terhadap indikator Keputusan tentang cara pembayaran memperoleh skor sebesar 545, sehingga diketahui jumlah keseluruhan indikator sebesar 3.710 Hal ini dapat dilihat pada garfik serta garis kontinum sebagai berikut :

Gambar 2. Garfik & Kontinum



Sumber data : Hasil olahan data penelitian tahun 2020

Berdasarkan garfik dan garis kontinum diatas, dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden mengenai variabel faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai yang diukur melalui indikator keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merk, keputusan tentang penjualnya, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang waktu pembelian dan keputusan tentang cara pembayaran berada pada kategori baik, hal tersebut dapat dilihat dengan adanya total skor sebesar 3.710 dengan interval skor berada pada 2.688-4.032. Dengan titik kontinum persentase sebesar 92,06%.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa dari 7 (tujuh) indikator yang diperoleh dari hasil penelitian dalam kategori baik , hal ini dibuktikan dengan perolehan total skor 3.712 dengan persentase



92,06 % tanggapan 64 responden. Skor ini berada pada interval 2.688-4.032.

Disarankan kepada pimpinan PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai untuk lebih memusatkan perhatiannya kepada konsumen atau calon konsumen yang berminat membeli produk sepeda motor merk Yamaha serta mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda beda dari para pembeli, serta untuk mengetahui kesukaan konsumen, tentang produk yang diinginkan konsumen agar dapat memaksimalkan daya tarik konsumen dalam memilih merk, bentuk, dan jenis produk yang ditawarkan oleh PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini tak terlepas dari sumbangsih dan dukungan yg diberikan dari kampus STIA Lancang Kuning Dumai dan kawan – kawan yang terlibat didalamnya, serta dukungan keluarga tercinta. Terima kasih atas semua dukungan tersebut yang tak dapat disebutkan satu persatu.

6. REFERENSI

- Afrizal, D. (2018). Analisis Kinerja Birokrasi Publik pada Dinas Sosial Kota Dumai. *SOROT*, 13(1), 53–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.31258/sorot.13.1.5655>
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2011). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan pelanggan*. Unitomo
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 12, No. 01). edisi.
- Meilanti, M., & Fitria, L. (2021). Strategi Pemasaran Produk Tabungan, Giro Dan Deposito PT. Bank Sinarmas Tbk Cabang Dumai. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak*, 1(1), 31–35. Press.
- Perwira, B. T., Yulianto, E., & Kumadji, S. (2016). Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Transaksi Pembelian Online Dengan Mobile Application Tokopedia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2), 46–54.

- Susanti, F., & Gunawan, AC (2019). Pengaruh Promosi dan Bauran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Pearson educación.
- Swastha, B., & Sukotjo, I. (2007). *Pengantar Bisnis Modern: pengantar ekonomi perusahaan modern*.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian manajemen*. CV. Alfabet
- Santoso, S., & Asim. (2020). Pengaruh Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Dunia Air Tawar Taman Mini Indonesia Indah. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10(2), 112–116.