

MEMAHAMI PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA NMAX NEW

Guntur Muhamad Rifky Arrasyid¹, Hendra Riofita²
rifqyguntur6@gmail.com¹, hendrariofita@yahoo.com²
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pengaruh harga, kualitas produk, dan desain terhadap keputusan pembelian Yamaha Nmax New melalui pendekatan analisis kualitatif. Metode penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan sejumlah konsumen yang telah membeli atau berencana untuk membeli Yamaha Nmax New. Hasil analisis menyoroti bahwa faktor harga, kualitas produk, dan desain memainkan peran kunci dalam keputusan pembelian konsumen. Temuan menunjukkan bahwa selain faktor harga yang menjadi pertimbangan utama, kualitas produk dan desain juga memiliki pengaruh signifikan dalam proses pengambilan keputusan. Kualitas produk yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen serta desain yang menarik dan inovatif menjadi faktor penentu yang mempengaruhi keputusan pembelian. Implikasi dari penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pihak Yamaha dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan Yamaha Nmax New di pasar.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Desain, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to reveal the effect of price, product quality, and design on purchasing decisions for Yamaha Nmax New through a qualitative analysis approach. This research method involves collecting data through in-depth interviews with a number of consumers who have purchased or plan to purchase the Yamaha Nmax New. The results of the analysis highlight that the factors of price, product quality and design play a key role in consumer purchasing decisions. The findings show that in addition to the price factor being the main consideration, product quality and design also have a significant influence on the decision-making process. Product quality that is considered to meet the needs and expectations of consumers and attractive and innovative designs are the determining factors that influence purchasing decisions. The implications of this research can provide valuable insight for Yamaha in designing more effective marketing strategies to increase sales of the Yamaha Nmax New in the market.

Keywords: Price, Product Quality, Design, Purchase Decision.

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi pasar bebas yang ditandai dengan perkembangan usaha yang dinamis dan penuh persaingan maka perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran yang tepat sasaran dan perubahan orientasi terhadap cara melayani konsumennya, menangani pesaing, dan mengeluarkan produk. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat maka kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan harus semakin ditingkatkan dan lebih diarahkan agar tepat sasaran begitu juga dengan pelayanan terhadap konsumen harus lebih diutamakan karena pada saat ini sebagian besar konsumen lebih selektif terhadap apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah produk. Dengan adanya dasar seperti ini, maka sulit bagi suatu perusahaan untuk melayani seluruh pasar

yang berbeda jenis dan sifatnya, maka perusahaan harus berusaha untuk mengisi segmen pasar yang kebutuhan dan keinginannya belum dapat dipenuhi oleh produk yang tersedia. Kehidupan masyarakat modern saat ini turut mempengaruhi pola perilaku masyarakat dalam pembelian. Kehidupan modern seringkali diidentikkan dengan gaya hidup yang selalu mengikuti trend atau perkembangan jaman. Perkembangan teknologi yang semakin pesat seiring dengan peningkatan peradaban manusia menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan mendorong setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (reasonable). Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarnya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya.

Keadaan tersebut menuntut perusahaan untuk semakin inovatif dalam mengeluarkan produk yang disukai konsumen, tanpa inovasi produk suatu perusahaan bisa tenggelam dalam persaingan dengan produk-produk lain yang semakin memenuhi pasar. Memahami konsumen adalah elemen penting dalam pengembangan strategi pemasaran, perilaku konsumen memberikan informasi mengenai berbagai fakta tentang perilaku berbelanja, misalnya dalam melakukan pembelian suatu produk para konsumen memiliki berbagai sikap yang berbeda-beda dalam memandang berbagai atribut produk yang dianggap relevan dan penting. Pengembangan model perilaku konsumen dengan menetapkan tiga faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Faktor pertama yang berpengaruh pada konsumen adalah stimuli. Stimuli menunjukkan penerimaan informasi oleh konsumen dan pemrosesan informasi terjadi saat konsumen mengevaluasi informasi dari periklanan, teman atau dari pengalaman sendiri. Pengaruh kedua berasal dari karakteristik pribadi konsumen meliputi persepsi, sikap, manfaat serta karakteristik konsumen (demografi, kepribadian, gaya hidup). Pengaruh yang ketiga respon konsumen yaitu hasil akhir dari proses keputusan konsumen dan suatu pertimbangan yang menyeluruh dari semua faktor di atas. Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi proses atau keputusan pembelian telah banyak dilakukan. Melalui riset ini akan dianalisis mengenai pengaruh harga, kualitas dan desain produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merek Honda jenis skutermatic. Ketertarikan pemilihan jenis skutermatic tersebut karena produk kendaraan bermotor jenis skutermatic semakin diminati tidak hanya dikalangan wanita Indonesia saja, tetapi juga seluruh kalangan mulai dari anak muda sampai orang tua.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini fokusnya pada pendekatan kualitatif yang mengkaji observasi mendalam dalam bentuk deskriptif dengan analisis data valid berupa dokumentasi yang ada. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Library Research yaitu mengutip dari beberapa literatur (perpustakaan) berupa buku, catatan, dan laporan penelitian serta hasil penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan datanya adalah observasi dan dokumentasi. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang diteliti. Observasi ini mengacu pada tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pelaksanaan pemberdayaan yang dilakukan pemerintah dan seperti apa

hasilnya. Sedangkan tujuan dokumentasi adalah mengumpulkan data untuk mendukung data observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Pemasaran

Pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkannya itu dapat diterima dan disenangi oleh pasar. Sedangkan menurut Kotler, Pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan menurut Swastha Pemasaran adalah keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses yang mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan, juga mencakup barang, jasa serta gagasan, berdasarkan pertukaran dan tujuannya adalah memberikan kepuasan bagi pihak yang terlibat.

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu produk, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Tjiptono menyatakan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya. Selain itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Tjiptono menyatakan ada beraneka ragam tujuan penetapan harga yaitu : (1) Tujuan berorientasi pada laba yaitu memaksimalkan laba perusahaan, (2) Tujuan berorientasi pada volume yaitu harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan, (3) Tujuan berorientasi pada citra yaitu perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra perusahaan namun sebaliknya harga rendah dapat dipergunakan untuk membentuk citra nilai tertentu, (4) Tujuan stabilisasi harga yaitu bertujuan untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dengan harga pemimpin industri (industry leader), (5) Tujuan lainnya yaitu bertujuan untuk mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang atau menghindari campur tangan pemerintah.

TANTANGAN PEMBELI

Banyak keputusan yang harus dipertimbangkan oleh calon pembeli Yamaha Nmax New ini, seperti Harga, Kualitas produk dan Desain itu sendiri. Dari riset yang saya lakukan melalui wawancara kepada rekan saya, banyak yang mempertimbangkan untuk membeli Yamaha Nmax New untuk pemakaian jangka panjang. Seolah-olah kawan saya telah mendapatkan pengetahuan mendalam tentang spesifikasi Yamaha Nmax melalui eksplorasi internet. Dari review pengguna hingga situs web resmi produsen, internet telah menjadi sumber yang kaya akan informasi bagi mereka yang ingin mengenal lebih jauh tentang produk ini. Dengan akses mudah ke ulasan, perbandingan fitur, dan bahkan video demonstrasi, internet memberikan kesempatan bagi kawan saya untuk membentuk pemahaman yang komprehensif tentang apa yang Yamaha Nmax tawarkan sebelum mereka membuat keputusan pembelian. Daya tarik emosional yang dihasilkan oleh packaging dapat menjadi kunci dalam merangsang minat dan keinginan beli konsumen. Sebuah kemasan yang dapat membangkitkan perasaan positif, seperti kebahagiaan, kepercayaan diri, atau kepuasan, dapat menciptakan ikatan emosional antara konsumen

dan produk. Oleh karena itu, dalam merancang strategi packaging produk, perusahaan kosmetik perlu memahami secara mendalam bagaimana elemen-elemen tersebut dapat saling berinteraksi untuk menciptakan pengalaman konsumen yang positif, menggerakkan mereka untuk memilih dan membeli produk dengan keyakinan.

Tantangan yang muncul dalam menghadapi perubahan strategi pemasaran di era digital ini juga turut timbul. Inovasi dan kreativitas menjadi elemen krusial dalam strategi pemasaran, mengingat ketatnya persaingan di antara bisnis-bisnis. Menyandang keunggulan kompetitif yang unik dan terus-menerus membedakan diri dari pesaing menjadi kunci utama untuk menarik perhatian konsumen dan mempertahankan pangsa pasar. Kendati demikian, permasalahan signifikan lainnya adalah tingginya laju perubahan teknologi dan tren di dunia digital. Kemampuan bisnis untuk merespons dengan cepat terhadap perkembangan baru dan tren konsumen menjadi sangat vital. Dengan evolusi teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan dinamika tren pasar, berbagai tantangan baru pun muncul dan organisasi harus siap untuk menghadapinya. Tak sedikit juga calon pembeli melakukan pertimbangan melalui internet, dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi yang canggih, banyak pemasar menjadikan media internet sebagai sarana utama untuk memasarkan produk mereka. Penggunaan media internet dianggap lebih efektif, efisien, dan praktis, serta memudahkan dalam membangun hubungan bisnis, telah menjadi tren yang populer di kalangan masyarakat dan mendapat perhatian di media sosial. Dengan hanya menggunakan perangkat komputer atau gadget yang terhubung ke internet, individu dapat menjalankan bisnis dengan menjual produk atau jasa secara online, dan konsumen dapat melakukan pemesanan dan transaksi jual-beli tanpa perlu bertatap muka langsung dengan calon konsumen.

Pembeli Yamaha Nmax New mungkin menghadapi beberapa tantangan saat mempertimbangkan untuk membeli sepeda motor tersebut. Salah satu tantangan utama adalah harga yang tinggi dari model ini, yang bisa menjadi faktor penentu bagi sebagian pembeli. Selain itu, persediaan yang terbatas di dealer juga dapat menyebabkan ketidakpastian dan kekhawatiran, terutama bagi mereka yang ingin segera memiliki sepeda motor tersebut. Persaingan yang kuat di pasar skuter matik juga dapat membuat pembeli merasa sulit untuk memilih di antara berbagai opsi yang tersedia. Selain itu, pembeli perlu mempertimbangkan biaya pemeliharaan dan perawatan jangka panjang, serta memastikan bahwa fitur dan spesifikasi Yamaha Nmax New memenuhi kebutuhan dan preferensi mereka. Dengan memahami tantangan-tantangan ini, pembeli dapat membuat keputusan pembelian yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Tantangan bagi pembeli Yamaha Nmax New juga melibatkan faktor-faktor seperti keputusan finansial jangka panjang. Pembeli perlu mempertimbangkan tidak hanya harga beli, tetapi juga biaya pemeliharaan, perawatan, dan asuransi. Hal ini bisa menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian, terutama bagi mereka yang memiliki anggaran terbatas. Selain itu, pembeli mungkin mengalami kesulitan dalam menavigasi fitur dan spesifikasi yang ditawarkan oleh sepeda motor ini, terutama jika mereka tidak memiliki pengetahuan teknis yang mendalam tentang kendaraan bermotor. Oleh karena itu, edukasi dan penelitian yang cermat seringkali diperlukan sebelum membuat keputusan pembelian. Terakhir, kebutuhan individual pembeli juga dapat menjadi tantangan, karena setiap orang memiliki preferensi yang berbeda-beda terkait dengan gaya berkendara, kenyamanan, dan fungsi sepeda motor yang mereka inginkan. Dengan mempertimbangkan semua tantangan ini, pembeli dapat membuat keputusan yang lebih tepat sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

Tantangan lain yang mungkin dihadapi oleh pembeli Yamaha Nmax New adalah persyaratan peraturan dan legalitas. Ini termasuk proses registrasi kendaraan, pembayaran

pajak, dan pemenuhan persyaratan lisensi pengendara. Beberapa pembeli mungkin menghadapi kendala dalam memahami prosedur yang diperlukan atau menavigasi birokrasi yang terkait dengan kepemilikan dan penggunaan sepeda motor. Selain itu, faktor-faktor seperti ketersediaan suku cadang dan layanan purna jual juga bisa menjadi pertimbangan bagi pembeli potensial. Mereka mungkin ingin memastikan bahwa mereka akan dapat dengan mudah mendapatkan suku cadang dan layanan perawatan saat diperlukan, serta mendapatkan dukungan yang memadai dari dealer atau bengkel setempat. Dengan menyadari tantangan-tantangan ini, pembeli dapat lebih siap untuk menghadapi proses pembelian sepeda motor Yamaha Nmax New dengan percaya diri dan memastikan bahwa keputusan mereka memenuhi kebutuhan dan harapan mereka secara menyeluruh, faktor-faktor tersebut mendorong pelanggan untuk mengembangkan daya tarik rasa takut karena faktor-faktor tersebut dapat menangkap yang ada di benak pelanggan. Melalui faktor-faktor tersebut, daya tarik ketakutan akan berfungsi untuk memprediksi niat beli pelanggan.

PENGARUH HARGA

Harga adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan. Dalam pengertian yang lebih luas, harga dapat dikatakan sebagai jumlah seluruh nilai yang diberikan konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Secara historis, harga telah menjadi faktor terpenting yang mempengaruhi keputusan pembelian pembeli. Pengertian harga menurut Tua dkk adalah sejumlah nilai yang diberikan pada suatu dagangan penjual berdasarkan kualitas produk yang dimiliki dagangan tersebut. Harga yang dibuat toko shaga collection ini dipatok dengan kualitas produk, jika harga semakin mahal, kualitas produk akan lebih terjamin dan bagus. Saat harga yang dirasa konsumen cocok dengan kualitas produk yang diberikan, konsumen akan melakukan keputusan pembelian, dan jika harga suatu produk dirasa kurang cocok konsumen akan menolak dan melakukan pertimbangan dahulu terhadap harga yang ditetapkan pada suatu produk tersebut. Dari harga suatu barang tersebut ada kemungkinan konsumen merasa ragu karena mungkin harga yang terlalu mahal atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Besar kecil harga yang ditetapkan penjual pada suatu barang akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Dari pemasaran yang dilakukan toko shaga collection dengan digital marketing, kualitas produk yang disediakan, dan harga yang ditetapkan maka konsumen akan melakukan suatu keputusan pembelian baju safety.

Keputusan pembelian merupakan hasil akhir yang dicapai konsumen untuk membeli suatu barang yang di inginkan. Menurut Hakim dan Suprihhadi keputusan pembelian adalah suatu sifat konsumen sebelum melakukan pembelian harus melalui suatu hal tertentu sehingga memperoleh produk yang dicari. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen biasanya terdapat beberapa hal yang mengakibatkan konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk yang diharapkan. Setelah dilakukannya survei kepada pemilik keputusan pembelian konsumen didapat karena pemasaran digital yang dilakukan untuk menawarkan produk baju safety yang menarik karena kemajuan teknologi yang didapat pengguna internet yang semakin meningkat pertahunnya sehingga cocok menawarkan dengan bantuan digital marketing, kualitas produk berbeda dengan toko yang lain, dan harga yang ditetapkan sesuai kualitas produk yang diberikan sehingga dari hal tersebut dapat mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan keputusan. Dalam konteks harga, pembeli Yamaha Nmax New mungkin dihadapkan pada beberapa tantangan. Harga yang tinggi dari sepeda motor ini bisa menjadi hambatan bagi sebagian pembeli, terutama mereka yang memiliki anggaran terbatas atau mencari opsi yang lebih

terjangkau. Meskipun Yamaha Nmax New menawarkan fitur-fitur yang canggih dan kinerja yang handal, harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan model sepeda motor lain dalam kelasnya bisa membuat pembeli berpikir dua kali sebelum membuat keputusan pembelian. Namun, banyak pembeli yang melihat harga sebagai refleksi kualitas dan prestise, dan mereka siap membayar lebih untuk mendapatkan kendaraan yang dianggap lebih unggul. Oleh karena itu, tantangan harga ini bisa menjadi pertimbangan penting bagi pembeli yang ingin membeli Yamaha Nmax New, dan mereka mungkin perlu mempertimbangkan dengan cermat nilai tambah dan manfaat yang diperoleh dari investasi ini.

Selain itu, dalam hal harga, pembeli Yamaha Nmax New juga mungkin menghadapi variasi harga antar dealer atau wilayah. Hal ini bisa menyebabkan pembeli merasa bingung atau bahkan frustrasi karena perbedaan harga yang signifikan. Beberapa pembeli mungkin merasa sulit untuk menavigasi pasar dan menemukan penawaran terbaik yang sesuai dengan anggaran mereka. Selain itu, aspek finansial seperti suku bunga pinjaman atau skema pembayaran juga bisa memengaruhi kemampuan pembeli untuk membeli Yamaha Nmax New. Tantangan harga ini mungkin memerlukan penelitian yang lebih cermat, negosiasi yang efektif, atau bahkan pilihan alternatif seperti mempertimbangkan model bekas atau opsi lain yang lebih terjangkau. Dengan memahami dan mengatasi tantangan harga ini, pembeli dapat membuat keputusan pembelian yang lebih bijaksana dan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial mereka. Tantangan harga yang mungkin dihadapi oleh pembeli Yamaha Nmax New juga dapat mencakup biaya tambahan yang terkadang terabaikan. Ini bisa termasuk biaya administrasi, pajak penjualan, dan biaya pendaftaran kendaraan yang dapat meningkatkan total biaya pembelian. Pembeli mungkin perlu melakukan perhitungan yang lebih cermat untuk memastikan bahwa mereka memiliki dana yang cukup untuk menutup semua biaya yang terkait dengan pembelian sepeda motor baru ini. Selain itu, beberapa pembeli mungkin merasa tertantang oleh kebijakan harga yang kompleks atau program insentif yang ditawarkan oleh dealer atau pabrikan. Memahami semua komponen biaya yang terlibat dan memiliki pengetahuan yang kuat tentang negosiasi harga dapat membantu pembeli mengatasi tantangan ini dan memperoleh Yamaha Nmax New dengan harga yang lebih terjangkau. Dengan demikian, kesadaran akan semua aspek harga yang terkait dengan pembelian sepeda motor baru ini adalah kunci untuk membuat keputusan yang tepat secara finansial.

KUALITAS PRODUK

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang diciptakannya, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan para konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. Semakin baik kualitas suatu produk, maka akan semakin meningkat minat para konsumen untuk membeli produk tersebut. Dengan memberikan kualitas produk yang baik, sebuah perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan para pesaingnya. Oleh karena itu sebuah perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan produk dengan kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong, kualitas produk (*product quality*) adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Menurut Garvin dalam Tjipton, kualitas produk diklasifikasikan ke dalam delapan dimensi kualitas yaitu Performance (Kinerja), Feature (Fitur), Reliability (Keandalan), Conformance to Specifications (Kesesuaian), Durability (Daya Tahan), Serviceability (Kemampuan Pelayanan), Aesthetics (estetika), dan Perceived quality

(kesan kualitas).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah inovasi produk. Di dalam menciptakan sebuah produk diperlukan adanya inovasi, agar dapat membedakan produk tersebut dengan para pesaingnya dan apa yang membuat produk tersebut jauh lebih unggul dibandingkan produk sejenis lainnya. Sebuah perusahaan dituntut untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk agar dapat menarik minat para konsumen untuk membeli produk tersebut. Inovasi merupakan salah satu hal penting yang harus selalu diterapkan oleh sebuah perusahaan jika tidak ingin kehilangan para konsumennya. Dengan adanya inovasi produk, dapat memberikan lebih banyak pilihan untuk para konsumen dan memberikan pilihan yang sesuai dengan “selera” mereka.

Dalam hal kualitas produk, pembeli Yamaha Nmax New mungkin dihadapkan pada beberapa pertimbangan. Yamaha dikenal sebagai merek yang telah lama mapan dan memiliki reputasi yang baik dalam menghasilkan sepeda motor berkualitas tinggi. Namun, pembeli mungkin ingin memastikan bahwa Yamaha Nmax New memenuhi standar kualitas yang diharapkan dari merek tersebut, terutama karena ini adalah model baru yang belum terbukti dalam hal kinerja jangka panjang dan daya tahan. Beberapa pembeli mungkin merasa perlu melakukan penelitian lebih lanjut atau meminta ulasan dari pengguna yang sudah memiliki pengalaman dengan model ini untuk memahami lebih dalam tentang kualitasnya. Selain itu, pembeli juga mungkin membandingkan kualitas Yamaha Nmax New dengan pesaing utamanya dalam segmen skuter matik untuk memastikan bahwa mereka membuat pilihan yang tepat. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, pembeli dapat merasa lebih yakin dalam keputusan mereka terkait dengan kualitas produk dan memastikan bahwa Yamaha Nmax New memenuhi ekspektasi mereka. Tentang kualitas produk Yamaha Nmax New, pembeli mungkin perlu mempertimbangkan:

1. Reputasi Merek: Yamaha dikenal sebagai produsen sepeda motor yang memiliki reputasi baik dalam menghasilkan produk berkualitas tinggi. Pembeli dapat mempertimbangkan reputasi Yamaha dalam keputusan mereka.
2. Ulasan Pengguna: Melakukan penelitian tentang ulasan dan pengalaman pengguna yang telah memiliki Yamaha Nmax New dapat memberikan wawasan tentang kualitas sepeda motor ini dalam penggunaan sehari-hari.
3. Perbandingan dengan Pesaing: Pembeli mungkin ingin membandingkan kualitas Yamaha Nmax New dengan model sepeda motor serupa dari merek pesaing untuk memastikan bahwa mereka membuat pilihan terbaik.
4. Jaminan dan Layanan Purna Jual: Memperhatikan jaminan yang ditawarkan oleh produsen serta ketersediaan layanan purna jual, termasuk suku cadang dan bengkel resmi, juga penting dalam menilai kualitas produk.
5. Teknologi dan Fitur: Memperhatikan teknologi dan fitur yang dimiliki oleh Yamaha Nmax New, serta inovasi terbaru yang dihidirkannya, dapat memberikan gambaran tentang kualitas produk dan tingkat kenyamanan serta keamanan yang ditawarkan kepada pembeli.

DESAIN PRODUK

Selain kualitas produk hal lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian adalah desain produk itu sendiri. Aspek desain dalam kegiatan pemasaran merupakan salah satu pembentuk daya tarik terhadap suatu produk. Stanton desain produk merupakan salah satu aspek pembentuk citra produk. Desain yang unik dan mampu memberikan daya pikat pada konsumen tentu akan menciptakan kesan yang baik pada suatu produk. Seiring dengan berkembangnya jaman yang semakin modern, desain

produk menjadi pusat perhatian konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.

Dalam mempertimbangkan Yamaha Nmax New, pembeli memperhatikan desain produk sebagai salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Desain luar yang menarik dan modern menjadi pertimbangan utama, karena pembeli sering kali tertarik pada tampilan visual yang menarik. Selain itu, desain ergonomis yang memperhatikan kenyamanan pengguna juga menjadi faktor penting, karena pengendara ingin merasa nyaman saat menggunakan sepeda motor sehari-hari. Fungsionalitas juga menjadi pertimbangan, dengan pembeli mencari desain yang memperhitungkan fitur-fitur praktis seperti penyimpanan barang bawaan dan sistem suspensi yang baik. Kemudian, inovasi dalam desain seperti fitur-fitur terkini dalam konektivitas digital dan keamanan juga dapat menjadi daya tarik tambahan. Kualitas material yang digunakan dan tingkat finishing juga menjadi perhatian, karena pembeli ingin memastikan bahwa mereka mendapatkan produk yang tahan lama dan berkualitas tinggi. Dengan mempertimbangkan semua aspek ini, pembeli dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi tentang apakah desain Yamaha Nmax New sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Dalam mempertimbangkan desain produk Yamaha Nmax New, pembeli mungkin perlu memperhatikan:

1. Estetika : Desain luar yang menarik dan modern dapat menjadi daya tarik utama bagi pembeli yang mengutamakan tampilan visual sepeda motor.
2. Ergonomi : Desain ergonomis yang memperhatikan kenyamanan pengendara dan penumpang, serta kemudahan penggunaan fitur-fitur kendaraan, dapat menjadi pertimbangan penting bagi pembeli yang mencari kenyamanan dalam penggunaan sehari-hari.
3. Fungsionalitas : Desain yang memperhitungkan fungsi-fungsi utama, seperti penyimpanan barang bawaan, sistem suspensi, dan sistem pengereman, dapat memberikan nilai tambah bagi pembeli yang mengutamakan aspek praktis dan fungsional.
4. Inovasi : Pembeli mungkin tertarik pada desain yang menampilkan inovasi terbaru dalam industri sepeda motor, seperti fitur-fitur terkini dalam koneksi digital, keamanan, atau efisiensi bahan bakar.
5. Kualitas Material dan Finishing : Pembeli perlu memperhatikan kualitas material yang digunakan dalam pembuatan sepeda motor serta tingkat finishing yang memberikan kesan keseluruhan tentang keandalan dan ketahanan produk. Memperhatikan aspek-aspek ini dalam desain Yamaha Nmax New dapat membantu pembeli membuat keputusan yang lebih terinformasi sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka dalam hal desain produk.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini, didapati bahwa harga, kualitas produk, dan desain memainkan peran yang saling terkait dan signifikan dalam menentukan keputusan pembelian konsumen terhadap Yamaha Nmax New. Harga yang kompetitif dapat menarik perhatian konsumen, terutama dalam pasar yang penuh persaingan seperti pasar sepeda motor. Namun demikian, kualitas produk juga memegang peran yang krusial dalam menjamin kepuasan konsumen jangka panjang. Aspek-aspek seperti keandalan, daya tahan, dan performa mesin Yamaha Nmax New menjadi faktor utama yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai produk tersebut. Selain itu, desain memiliki dampak yang signifikan dalam menarik minat konsumen. Desain yang menarik dan inovatif, baik dari segi estetika maupun

fungsionalitas, dapat menjadi pembeda yang kuat di antara produk-produk sejenis. Konsumen seringkali tertarik pada sepeda motor yang tidak hanya memenuhi kebutuhan transportasi, tetapi juga mencerminkan gaya hidup dan preferensi estetika mereka.

Pentingnya harga, kualitas produk, dan desain tidak bisa dipisahkan, karena ketiganya saling berinteraksi dalam membentuk persepsi konsumen terhadap nilai produk Yamaha Nmax New. Sebuah strategi yang berhasil akan memperhitungkan secara seimbang faktor-faktor ini, menawarkan harga yang bersaing tanpa mengorbankan kualitas produk atau desain yang menarik. Dengan demikian, pemahaman yang mendalam tentang bagaimana ketiga faktor ini mempengaruhi keputusan pembelian dapat menjadi kunci untuk mencapai kesuksesan dalam pemasaran Yamaha Nmax New.

DAFTAR PUSTAKA

- Diah Ernawati, PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG, Perbanas Institute
- Hendra Riofita, PERUBAHAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI TANTANGAN PASAR KONSUMEN DI ERA DIGITAL, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Hendra Riofita, PENGARUH PEMASARAN MELALUI MEDIA ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI KALANGAN MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UIN SUSKA RIAU, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Hendra Riofita, Solidifying Fear Appeal Effect on E-Commerce Customer Purchase Intention during Covid-19 Pandemic through Digital Public Relation Persuasion, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, Riau
- Hendra Riofita, PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA E-COMMERCE SHOPEE, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Hendra Riofita, ANALISIS PENGARUH PACKAGING PRODUK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN DI INDUSTRI KOSMETIK, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Made Tiya Yogi Suari, PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN, Universitas Pendidikan Ganesha
- Sukmayadi, Kebijakan Penetapan Harga Pada Pt. Atrindo Asia Global Bandung, STIE Sebelas April Sumedang
- Siti Amanatus Solikhah, Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Toko Shaga Collection, IKIP PGRI Bojonegoro
- Tina Martini, Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic, STAIN Kudus.