

Analisis Perbandingan Kualitas Produk Dan Harga Antara Motor KLX Dan CRF di Kota Bima

M. Adhar

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

E-mail: madhar.stiebima19@gmail.com

Kartin Aprianti

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

E-mail: kartinaprianti93@gmail.com

Abstract. *This research aims to determine whether there are differences in quality and price between KLX and CRF motorbikes in the city of Bima. The sample in this study was 50 KLX motorbike users and 50 CRF motorbike users. Data collection techniques use observation, questionnaires, literature study. The data analysis technique uses the paired sample t test. The research results show that there is no difference in product quality and price between KLX and CRF motorbikes in Bima City.*

Keywords: *KLX motorbike, CRF motorbike, product quality*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan kualitas dan harga antar motor KLX dan CRF di kota Bima. Sampel dalam penelitian ini adalah 50 pengguna motor KLX dan 50 pengguna motor CRF. teknik pengumpulan data menggunakan observasi, Kuesioner, studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan uji paired sampel t test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas produk dan harga antara motor KLX dan CRF di Kota Bima.

Kata Kunci: motor KLX, motor CRF, kualitas produk

A. LATAR BELAKANG

Dalam dunia ekonomi, semakin ketatnya persaingan antar perusahaan dari tahun ke tahun menuntut perusahaan harus mampu bertahan dan berkompetisi dengan perusahaan lain. Sebagai perusahaan dibidang bisnis Otomotif ini membutuhkan keahlian yang khusus yaitu dari segi pelayanan, strategi pemasaran yang baik, serta harus berinovatif dalam menciptakan produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Karena yang dibutuhkan oleh konsumen adalah kepuasan dalam hal pelayanan dari perusahaan tersebut. Konsumen yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan konsumen. Menyangkut dengan permasalahan seperti itu, maka usaha tersebut harus mampu menyusun strategi untuk dapat mempengaruhi pembelian dari konsumen. Ada begitu banyak strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk membuat usahanya itu maju dan juga berkembang. Dengan cara meningkatkan Kualitas Produk, memperbaiki internal dari badan usaha, memperluas jangkauan pemasaran, dan lain-lain. Selain itu salah satu hal yang paling penting, yang harus diperhatikan perusahaan dalam membuat usahanya maju dan berkembang yaitu dengan cara menciptakan atau membuat suatu produk yang mampu menarik

minat banyak konsumen untuk membeli produk tersebut. Perusahaan juga harus mampu memanfaatkan kesempatan maupun celah yang ada karena semakin banyaknya pesaing yang akan muncul. Peran dua para pemilik usaha tidak hanya berfokus pada produk yang ditawarkan, akan tetapi juga harus berfokus kepada konsumen itu sendiri.

Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, namun ada baiknya jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai, manfaat, dan kualitas produk. Jeremia dan Djurwati (2019) mengatakan kualitas adalah sebuah proses, pada akhir proses tersebut, kepuasan mempunyai efek pada *perceived quality*, yang dapat memberikan dampak kepada loyalitas dan niat untuk perilaku tertentu dari seorang pelanggan. Harga umumnya menjadi hal utama yang diperhatikan oleh calon konsumen ketika ingin membeli produk. Tinggi atau rendahnya harga akan menentukan seseorang dalam membeli satu barang. Melalui harga, seorang bisa memutuskan apakah produk tersebut akan dimiliki dan dikonsumsi atau sebaliknya (Utami dan Saputra, 2017). Suatu harga dapat menjadi patokan kualitas suatu produk, dengan harga yang mahal biasanya konsumen berfikir pasti produk yang diberikan memiliki kualitas yang baik dan apabila harga yang ditawarkan murah konsumen masih meragukan kualitas produknya, harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Ferdinand 2014).

Kawasaki Motor Indonesia (KMI) meluncurkan secara perdana KLX 150 pada tahun 2009. Mereka melihat ada celah kosong di segmen *off road* 150 yang bisa menjadi potensi besar, Kala itu model yang diluncurkan adalah KLX 140 dengan kapasitas mesin 144 cc, 1 silinder berpendingin udara. Untuk memperluas segmen, di tahun 2010 KMI merilis KLX dengan versi Supermoto bernama

D-Tracker 150. Jika KLX 150 memakai pelek dan ban untuk *off road*, maka D-Tracker memakai pelek dan ban untuk mengakomodir jalan aspal.

PT Astra Honda Motor (AHM) pun tak ingin melihat Kawasaki menikmati pasar tersebut sendirian. Di tahun 2017 AHM pun meluncurkan Honda CRF 150 untuk menggoyangkan pasar Kawasaki di Indonesia.

Sejak 2017, kedua sepeda motor *off road* ini saling berkompetisi untuk menjadi yang terbaik di segmen yang sama. Kawasaki KLX sejatinya terbagi dalam 2 varian, yakni standard dan BF. Keduanya mengadopsi mesin yang sama, tetapi yang membedakan ada di *final reduction ratio* saja. ada sedikit perbedaan antara Kawasaki KLX 150 dan Honda CRF 150 yang menjadi kelebihan dan kekurangan. Dimensi panjang KLX sedikit lebih pendek, namun lebih lebar jika dibandingkan CRF 150. Harus diakui jika KLX 150 memiliki bobot yang lebih ringan

dibandingkan CRF 150. Tetapi, CRF punya kelebihan lain yakni kapasitas tangki BBM yang lebih besar dibandingkan dengan KLX.

Kawasaki menawarkan KLX dalam 2 varian yang terdiri dari standard dan BF. Keduanya memiliki harga yang tidak terpaut jauh, namun cukup bisa menjadi bahan pertimbangan. Sedangkan CRF 150 hanya ditawarkan dalam 1 varian saja. Berikut kami sajikan data lengkapnya di bawah.

Tabel. 1.

Daftar harga motor KLX 150 dan CRF 150

Perbedaan Harga KLX 150 dan CRF 150			
Kawasaki		Honda	
Standard	Rp. 31,2 juta OTR Jakarta	CRF 150 L	Rp. 34,8 juta OTR Jakarta
BF	Rp. 35 juta OTR Jakarta		

Sumber Kawasaki Motor Indonesia (KMI) dan PT Astra Honda Motor (AHM)

Jika melihat harga di atas, harga Kawasaki tipe BF terpaut Rp200 ribu lebih mahal dibanding CRF 150. Perbedaan tersebut tentunya tak terlalu berpengaruh bagi mereka yang mau membeli motor ini.

Setelah membahas perbedaan antara Kawasaki KLX 150 dan Honda CRF 150 di atas, kira-kira bakal menjatuhkan pilihan ke merek mana? Pilih hijau ala Kawasaki, atau pilih merah yang jadi warna kebesaran Honda?

Berdasarkan latar belakang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tersebut sebagai topik penelitian dengan judul “Analisis Perbandingan kualitas Produk Dan Harga Antara Motor KLX Dan CRF Di Kota Bima”.

A. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

- a. Kawasaki KLX mempunyai dua varian produk sedangkan Honda CRF hanya satu produk saja.
- b. Harga Kawasaki tipe BF terpaut Rp200 ribu lebih mahal dibanding CRF 150

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :
Seberapa besar perbandingan Kualitas Produk Dan Harga Antara Motor KLX Dan CRF Di Kota Bima ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai permasalahan yang dikemukakan di atas, tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui Seberapa besar perbandingan Kualitas Produk Dan Harga Antara Motor KLX Dan CRF Di Kota Bima.

D. Tinjauan Pustaka

1. Kualitas Produk

a. Definisi kualitas Produk.

Menurut Kotler dan Keller (2016) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

Menurut Tjiptono (2016) bahwa definisi konvensional dari kualitas merupakan performansi sebagai gambaran langsung dari suatu produk, keandalan, mudah untuk digunakan, estetika dan sebagainya. Dalam arti strategi, kualitas adalah segala sesuatu yang dapat memberikan kebutuhan konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.

b. Indikator Kualitas Produk.

Menurut Tjiptono (2016) kualitas produk merupakan sebuah hasil yang didapat dari kepuasan pelanggan akan sebuah produk barang atau jasa, kualitas ini memberikan dampak positif bagi perusahaan. Indikator kualitas produk sebagai berikut:

1. Kinerja (*Performance*)

Produk dilihat dari karakteristik utama yang dimilikinya secara fungsional. Sebagai contoh, smartphone yang memiliki fungsi utama sebagai alat komunikasi bagi pemiliknya.

2. Daya Tahan (*Durability*)

Daya tahan produk dilihat dari seberapa lama produk dapat digunakan konsumen.

3. Spesifikasi yang Sesuai

Kesesuaian produk yang dimaksud yaitu, antara karakteristik standar kualitas dengan desain yang dibuat. Standar kualitas tersebut biasanya disesuaikan lagi dengan kebutuhan pasar atau pelanggan.

4. Reliabilitas

Realibitias atau dapat diandalkan artinya kemampuan produk untuk digunakan berulang kali dengan kemungkinan rusak atau gagal yang sangat kecil.

5. Estetika

Estetika dinilai dari semua hal yang berhubungan dengan panca indera konsumen. Mulai dari model, desain, kesan yang dibangun, hingga konsep keseluruhan suatu produk.

2. Harga

a. Definisi Harga

Menurut Kotler (2019), Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dalam bermacam metode. Di perusahaan- perusahaan besar, penetapan harga umumnya ditangani oleh para manajer divisi maupun manajer lini produk. Sedangkan menurut Menurut Gitosudarmo (2019) harga ialah sejumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan produk-produk tertentu berupa barang atau jasa. Harga tidak hanya diperuntukkan untuk pembelian yang dilakukan dipasar maupun supermarket saja, harga juga dapat diperuntukan untuk proses jual beli secara online dimarketplace maupun dimedia sosial lainnya.

b. Indikator Harga

Menurut Kotler (2019) terdapat 5 indikator yang harga, diantaranya:

1. Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga merupakan aspek penetapan harga yang dilakukan oleh penjual sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

2. Adanya persaingan harga terhadap produk sejenis

Daya saing harga merupakan penawaran harga yang diberikan oleh penjual berbeda dengan kompetitor, penjual bersaing dengan dengan menawarkan produk yang sama namun harga yang ditawarkan berbeda dengan yang diberikan oleh penjual lain.

3. Asumsi harga konsumen

Konsumen menganggap harga yang ditawarkan rendah atau murah.

4. Harga dikatakan sebagai indikator kualitas

Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas dari produk tas yang ditawarkan.

3. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah telah dinyatakan dalam kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2017).

Berdasarkan teori-teori yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : $\mu_1 \neq \mu_2$ Tidak ada perbedaan Kualitas Produk Dan Harga Antara Motor KLX Dan CRF Di Kota Bima

H_a : $\mu_1 = \mu_2$ Ada perbedaan Kualitas Produk Dan Harga Antara Motor KLX Dan CRF Di Kota Bima

B. METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian komparatif (perbandingan), dimana menurut Sugiyono (2017) penelitian komparatif adalah suatu penelitian yang bersifat membandingkan. Di mana dalam penelitian ini variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) antara Antara Motor KLX Dan CRF Di Kota Bima.

2. Instrumen Penelitian

Adapun instrument penelitian yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah koesioner dengan menggunakan skala likert, Responden diberikan serangkaian pertanyaan dengan memilih salah satu alternative jawaban yang anggap paling tepat yaitu:

Sangat setuju (SS)	diberi skor 5
Setuju (S)	diberi skor 4
Netral (N)	diberi skor 3
Tidak setuju (TS)	diberi skor 2
Sangat tidak setuju (STS)	diberi skor 1

3. Populasi dan Sample

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bima yang pernah membeli Motor KLX Dan CRF Di Kota Bima.

b. Sample

sampel adalah bagian dari total dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tersebut, dengan kata lain sampel merupakan metode dalam suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengambil sebagian atas setiap populasi yang hendak akan di teliti, (Sugiyono, 2018). Metode Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *teknik Purposive sampling*. *teknik Purposive sampling* menurut Sugiyono (2018) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Maka dengan ini peneliti menentukan sampel sebanyak 50 orang pengguna motor KLX dan CRF yang dapat mewakili besarnya jumlah populasi seluruh masyarakat Kota Bima.

4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Data Kualitatif Data Kualitatif Adalah data yang berbentuk kata, kalimat dan gambar (Sugiyono, 2017). Dalam hal ini data berupa penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah membeli Motor KLX Dan CRF Di Kota Bima, Sumber data yang di gunakan adalah Data primer adalah data yang langsung diambil dari sumberdataatau tempat penelitian (Sugiyono,2017).

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang di gunakan yaitu

a) Obserfasi

Menurut Widoyoko (2014) observasi merupakan “pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian”.

b) Kuesioner/angket

Menurut Sugiyono (2017) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab.

c) studi pustaka.

Menurut M. Nazir (2013) studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan dan laporan-laporan yang berhubungan dengan masalah yang di teliti.

6. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah Kota Bima.

C. TEKNIK ANALISIS DATA

1. Uji Validitas dan Uji Realibilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu indikator, Cara untuk melakukan uji validitas ini yakni dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor *Pearson Correlation* dengan r kritis (Sugiyono, 2017), Nilai koefisien korelasi untuk masing-masing butir dibandingkan dengan nilai r kritis yang dalam hal ini ditentukan 0,30. Jika koefisien korelasi (r -hitung) lebih besar dari r kritis (0,30). dan bernilai positif, maka butir tersebut valid, begitupun sebaliknya. (Sugiyono, 2017).

b. Uji Realibilitas

Ukuran dikatakan reliabel jika ukuran tersebut memberikan hasil yang konsisten. Reliabilitas diukur dengan menggunakan metode cronbach alpa (Sugiyono, 2017), Instrumen dapat dikatakan andal (*Reliable*) apabila memiliki koefisien keandalan (reliabilitas) sebesar 0,6 atau lebih, bila alpha lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel (Sugiyono, 2010:231)

2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas (α) $> 0,05$ maka H_0 diterima,
- b. Jika nilai probabilitas (α) $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak

3. Uji Paired Sampel T Test

Paired sample T Test merupakan uji beda dua sampel berpasangan. Sampel berpasangan merupakan subjek yang sama namun mengalami perlakuan atau pengukuran yang berbeda. Kriteria pengambilan keputusan Menggunakan nilai signifikan / P-Value:

- a. Jika nilai signifikan / P-Value $> 0,05$; maka H_0 diterima,
- b. Jika nilai signifikan / P-Value $< 0,05$; maka H_0 ditolak.

D. HASIL PENELITIAN

1. Uji Validitas Dan Uji Realibilitas

a. Uji Validitas

Dari hasil pengujian Uji Validitas yang di lakukan dengan menggunakan Program SPSS versi 26.0 maka dapat di nyatakan bahwa variabel kualitas produk dan Harga pada keseluruhan instrumen yang di gunakan di nyatakan Valid. Karena > 0.30 .

Table 2.

Uji Validitas Kualitas Produk dan Harga (X)

Variabel	Pertanyaan	Motor KLX	Motor CRF	R tabel	Keterangan
		R hitung	R hitung		
Kualitas produk	X1.1	0.784	0.355	0.30	Valid
	X1.2	0.551	0.640	0.30	Valid
	X1.3	0.686	0.590	0.30	Valid
	X1.4	0.319	0.447	0.30	Valid
	X1.5	0.761	0.435	0.30	Valid
	X1.6	0.702	0.558	0.30	Valid
	X1.7	0.754	0.450	0.30	Valid
	X1.8	0.726	0.450	0.30	Valid
	X1.9	0.733	0.582	0.30	Valid
	X1.10	0.656	0.525	0.30	Valid
Harga	X2.1	0.725	0.689	0.30	Valid
	X2.2	0.665	0.712	0.30	Valid
	X2.3	0.694	0.693	0.30	Valid
	X2.4	0.582	0.548	0.30	Valid
	X2.5	0.801	0.750	0.30	Valid
	X2.6	0.609	0.603	0.30	Valid
	X2.7	0.577	0.573	0.30	Valid
	X2.8	0.697	0.685	0.30	Valid

b. Uji Realibilitas

Pengukuran reabilitas dilakukan dengan cara *One Shot* atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS versi 26 Uji Statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu Konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60 .

Table 3.
Uji Realibilitas Kualitas Produk dan Harga (X)

Variabel	Motor KLX	Motor CRF	R tabel	Keterangan
	R hitung	R hitung		
Kualitas produk	0.866	0.706	0.60	Valid
Harga	0.825	0.813	0.60	Valid

Hasil pengujian penelitian menggunakan pengukuran ini dapat di katakan reliabel pada *Cronbach Alpha* > 0.60, Hasil pengujian reliabilitas ini menunjukkan bahwa pernyataan quesioner dalam penelitian ini reliabel.

2.Uji Normalitas

Tabel 4.

Tests of Normality							
	HASIL	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statisti c	df	Sig.	Statisti c	df	Sig.
KUALI TAS, HARGA	KUALITAS KLX	.137	50	.081	.910	50	.151
	HARGA KLX	.098	50	.200*	.968	50	.190
	KUALITAS CRF	.089	50	.200*	.983	50	.702
	HARGA CRF	.122	50	.061	.960	50	.087
*. This is a lower bound of the true significance.							
a. Lilliefors Significance Correction							

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa signifikansi *Kolmogorov Smirnov* untuk kualitas produk pada KLX sebesar 0.081, dan pada harga KLX sebesar 0.200 sedangkan untuk kualitas produk CRF sebesar 0.200 dan pada harga CRF sebesar 0.061, bila nilai signifikansi untuk semua variabel di atas di bandingkan dengan dengan nilai signifikansi 0.05 maka nilai variabel kualitas produk KLX, CRF dan harga KLX, CRF > 0.05, hal tersebut membuktikan bahwa data berdistribusi Normal.

3.Uji Paired Sampel T Test

Paied sample T Test merupakan uji beda dua sampel berpasangan. Berikut ini adalah hasil olahan spss 26.0 uji paired sampel t test variabel kualitas produk pada motor KLX dan CRF.

a. Hasil Analisis Uji Beda Kualitas Produk

Tabel 5.

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	KUALITAS KLX	35.26	50	7.488	1.059
	KUALITAS CRF	35.80	50	5.245	.742

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk nilai rata-rata kualitas produk KLX sebesar 35.26 dengan standar deviasi sebesar 7.488 dan nilai rata-rata kualitas produk CRF sebesar 35.80 dengan standar deviasi sebesar 5.245.

Tabel 6.

UJI Paired Sampel T Test pada Kualitas Produk

Paired Samples Test									
		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	KUALITAS KLX - KUALITAS CRF	-.540	7.533	1.065	-2.681	1.601	-.507	49	.614

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih dari 0.05 yaitu 0.614 ($0.614 > 0.05$) artinya Tidak terdapat perbedaan antara kualitas produk pada Motor KLX dan Motor CRF di kota bima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk pada motor KLX dan Motor CRF memiliki perbedaan yang tidak jauh berbeda.

b. Hasil Analisis Uji Beda Harga

Tabel 7.

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	HARGA KLX	32.02	50	4.679	.662
	HARGA CRF	32.22	50	4.858	.687

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk nilai rata-rata Harga KLX sebesar 32.02 dengan standar deviasi sebesar 4.679 dan nilai rata-rata Harga CRF sebesar 32.22 dengan standar deviasi sebesar 4.858.

Tabel 8.

UJI Paired Sampel T Test pada Harga

Paired Samples Test									
		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	HARGA KLX - HARGA CRF	-.200	3.720	.526	-1.257	.857	-.380	49	.705

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih dari 0.05 yaitu 0.705 ($0.705 > 0.05$) artinya Tidak terdapat perbedaan antara Harga pada Motor KLX dan Motor CRF di Kota Bima, sehingga dapat di simpulkan bahwa Harga pada motor KLX dan Motor CRF memiliki perbedaan yang tidak jauh berbeda.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a) Tidak terdapat perbedaan antara kualitas produk pada Motor KLX dan Motor CRF di kota bima.
- b) Tidak terdapat perbedaan antara kualitas produk pada Motor KLX dan Motor CRF di kota bima

2. Saran

- a) Bagi perusahaan peneliti berharap untuk tetap mengembangkan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk dan memperbanyak sparepart motor.
- b) Bagi peneliti selanjut untuk mengembangkan penelitiannya tidak hanya pada kualitas produk dan harga tetapi dapat menambahkan variabel lain misalnya loyalitas pelanggan, citra merek dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharma, Robby. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*. Vol. 6, No. 2.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125
- Kolonio, Jeremia & Djurwati soepeno (2019). Pengaruh *Service Quality*, *Trust* dan *Consumer Satisfaction* terhadap *Consumer Loyalty* pada CV Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA* Vol. 7, No. 1
- M. Iqbal (2021) analisis perbandingan kualitas produk dan harga pada konsumen bolly bakery dan ilo cake, program studi manajemen, sekolah tinggi ilmu ekonomi bima
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*., Bandung: Alfabeta
- _____2016. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Cetakan Kedua, Bandung: Alfabeta
- _____ 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi
- Utami, R. P., & Saputra, H. (2017, oktober). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *Jurnal Niagawan*, Vol. 6 No. 2.
- Veronica Manese, (2016) Analisis Perbandingan Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Persepsi Konsumen Pada Pelanggan Kartu Seluler Indosat Dan Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado) Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, Manado.