

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK PADA DEALER SEPEDA MOTOR HONDA PT WAHANAARTHA RITELINDO YOGYAKARTA

Rahmat Hidayat Hamzah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk pada PT Wahanaartha Ritelindo Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *simple random sampling* sejumlah 77 responden. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* dan *mean* aritmatik. Berdasarkan pada hasil akhir perhitungan *mean* aritmatik, hasil dari Harga meliputi indikator Harga Sesuai Kualitas, Keterjangkauan Harga dan Harga Dapat Bersaing mendapatkan perolehan nilai sebesar 4,09 nilai tersebut tergolong kategori skor setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa Harga sepeda motor Honda pada PT Wahanaartha Ritelindo Yogyakarta sesuai dengan kualitas produk dan memiliki harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat serta dapat bersaing dengan perusahaan sepeda motor lainnya. Hasil dari Citra Merek meliputi indikator Kesetiaan Pada Merek, Daya Tarik Merek dan Merek Yang Berkualitas mendapatkan perolehan nilai sebesar 4,15 nilai tersebut tergolong kategori skor setuju. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Citra Merek sepeda motor Honda pada PT Wahanaartha Ritelindo Yogyakarta memiliki daya tarik merek yang positif bagi konsumen dan memberikan kesan kualitas yang unggul dalam setiap produk yang dimiliki. Kemudian hasil dari Kualitas Produk meliputi indikator Ketahanan Produk, Desain Produk dan Kemudahan Perbaikan mendapatkan perolehan nilai sebesar 4,15 nilai tersebut tergolong kategori skor setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk sepeda motor Honda pada PT Wahanaartha Ritelindo Yogyakarta memiliki ketahanan dan desain produk yang inovatif serta memiliki bengkel resmi yang lengkap dan baik yang memudahkan konsumen dalam melakukan perbaikan.

Kata Kunci: *Persepsi Konsumen, Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk*

**CONSUMER PERCEPTION ANALYSIS OF PRICE, BRAND IMAGE AND
PRODUCT QUALITY IN PT WAHANAARTHA RITELINDO YOGYAKARTA
HONDA MOTORCYCLE DEALER**

Rahmat Hidayat Hamzah

Abstract

This study aims to determine consumer perceptions of Price, Brand Image and Product Quality at PT Wahanaartha Ritelindo Yogyakarta Branch. The sampling method used is simple random sampling with 77 respondents. Primary data collection was carried out by a questionnaire method that had been tested for validity and reliability. Data testing techniques used in this study include validity testing, reliability testing with Cronbach's Alpha and arithmetic mean. Based on the final results of calculating the arithmetic mean, the results of Price include indicators of Price according to Quality, Affordability of Prices and Competitive Prices get a value of 4.09 this value is classified as the agreed score category. This shows that the price of Honda motorbikes at PT Wahanaartha Ritelindo Yogyakarta is in accordance with the quality of the product and has a price that is in accordance with the purchasing power of the community and can compete with other motorcycle companies. Brand Image includes indicators of Brand Loyalty, Brand Attraction and Quality Brands getting a value of 4.15 this value is classified as an agreed score category. This value shows that the Brand Image of Honda motorbikes at PT Wahanaartha Ritelindo Yogyakarta has positive brand appeal for consumers and gives the impression of superior quality in every product they have. Then the results of Product Quality including the indicators of Product Durability, Product Design and Ease of Repair get a score of 4.15, this value is classified as an agreed score category. This shows that the Product Quality of Honda motorcycles at PT Wahanaartha Ritelindo Yogyakarta has durability and innovative product designs and has a complete and good official workshop that makes it easy for consumers to make repairs.

Keywords: *Consumer Perception, Price, Brand Image and Product Quality*

