



## Analisis Keluhan Konsumen Pembelian Produk Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera

**Ilham Ramadian**

Email : [ihamramadian@gmail.com](mailto:ihamramadian@gmail.com)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa, Banten, Indonesia

**Hikmal J**

Email : [hikmaljuhdi953@gmail.com](mailto:hikmaljuhdi953@gmail.com)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa, Banten, Indonesia

**Syamsul Hidayat**

Email : [pembelajaran28@gmail.com](mailto:pembelajaran28@gmail.com)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa, Banten, Indonesia

*Korespondensi penulis:*

**Abstract.** *This research aims to determine consumer complaints when purchasing Honda Vario products at PT. Utama Niaga Sejahtera. The research method uses qualitative methods by providing several statements to the respondents. The population of this research is several people in Serang City who own Honda Vario vehicles. The sampling technique is using random sampling or random samples and distributing questionnaires, namely by distributing them online. There are 57 respondents who are willing to fill out the questionnaire so that the sample used is 57 samples. The results of the research show that the response regarding complaints about the Honda Vario motorbike among consumers is still responded well, where the complaints felt about the Honda Vario motorbike product are still at a reasonable stage so that these shortcomings have been covered by the specifications of the advantages of the Honda Vario motorbike which even other vehicle units do not have advantages.*

**Keywords:** *Product Quality, Purchasing Decisions*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keluhan konsumen pada pembelian produk Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan memberikan beberapa pernyataan kepada para responden. Populasi penelitian ini adalah kepada beberapa Masyarakat Kota Serang yang memiliki unit kendaraan Honda vario. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik random sampling atau sampel acak serta penyebaran kuisisioner yaitu dengan menyebarkan secara online, adapun responden yang bersedia untuk mengisi kuisisioner sebanyak 57 responden sehingga sampel yang digunakan adalah sebanyak 57 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon mengenai keluhan motor Honda Vario dikalangan konsumen masih direspon secara baik, yang dimana keluhan yang dirasakan mengenai produk motor Honda Vario masih dalam tahap wajar sehingga kekurangan tersebut sudah ditutupi dengan spesifikasi kelebihan motor Honda Vario yang bahkan unit kendaraan lain tidak memiliki kelebihan yang serupa.

*Received: Desember 29, 2023; Accepted: Januari 12, 2023; Published: Januari 28, 2024*

*\*Corresponding author, e-mail address*

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## LATAR BELAKANG

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin berkembang, sebuah alat transportasi sudah tidak asing lagi digunakan terutama pada sepeda motor, seperti yang kita ketahui alat transportasi yang satu ini adalah transpormasi yang sering digunakan oleh masyarakat karena penggunaannya yang efisien dan sebagian orang menjadikan sepeda motor sebagai salah satu alat kebutuhan, dengan demikian banyaknya industri motor yang mulai kritis untuk terus mengembangkan kualitas produk demi memenuhi kebutuhan konsumennya (Anang : 2020).

Alat transportasi yang dibutuhkan oleh kalangan masyarakat terutama pada sepeda motor membawa perusahaan otomotif lebih maju terhadap perubahan yang ada baik dalam bidang politik, ekonomi dan sosial budaya. Saat ini banyak sekali bermunculan merek sepeda motor yang memberikan kualitas yang bagus, dengan berbagai model, desain dan dengan harga yang bersaing bagi perusahaan yang bergerak dibidang otomotif. Oleh karena itu perusahaan harus lebih kreatif dalam menetapkan strategi yang tepat bagi perusahaan sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi konsumen untuk dapat memilih produk mereka (Riyono : 2016).

Pengambilan Keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa, konsumen dapat melakukan evaluasi untuk melakukan pemilihan produk atau jasa, evaluasi dan pemilihan yang digunakan akan menghasilkan suatu keputusan, pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia, setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final.

Berbagai produsen sepeda motor berlomba-lomba menciptakan aneka jenis varian sepeda motor guna memenuhi kebutuhan masyarakat alat transportasi, sehingga dewasa ini dapat dilihat berbagai jenis sepeda motor dari berbagai merek bermunculan. Beragamnya kebutuhan masyarakat akan alat transportasi pun membuat produsen sepeda motor terus berinovasi hingga akhirnya lahir jenis sepeda motor bertransmisi otomatis yang kemudian dikenal dengan skutermatik. Seperti yang sudah kita ketahui, awal tahun 2015 silam menjadi momentum bagi PT Astra Honda Motor (AHM) yang langsung melancarkan strategi terbarunya.

Berdasarkan data mengenai data penjualan tertinggi pada unit kendaraan Honda adalah sebagai berikut :

**Tabel 1. Urutan Penjualan Unit Motor Honda**

Urutan Penjualan	Nama Kendaraan
1	Honda PCX 160

2	Honda Beat
3	Honda Scoopy
4	Honda Vario
5	Honda Revo
6	Honda Supra X 125 FI

Dari hasil urutan penjualan pada motor honda terlihat bawa urutan penjualan tertinggi yaitu pada Honda PCX 160, dan urutan selanjutnya yaitu Honda Beat dan urutan ketiga yaitu unit kendaraan Honda Scoopy sedangkan pada Honda Vario terdapat diururan Nomor 4. Berdasarkan hasil observasi secara langsung kepada beberapa responden mengenai tanggapan tersebut yang dimana dari sisi kualitas produk pada unit kendaraan motor Honda Vario sering dialami keluhan-keluhan oleh konsumen seperti radiator yang sering mengalami kerusakan dan harus lebih sering dirawat lebih rutin, sedangkan pada unit kendaraan lainnya tidak menggunakan radiator, dan dari sisi konsumen lebih banyak memiliki konsumen perempuan, yang dimana diketahui bahwa selama ini bahwa perempuan ingin memiliki kendaraan yang tidak terlalu sulit dalam perawatannya sehingga konsumen lebih memilih unit kendaraan lainnya dibandingkan pada motor Honda Vario.

Berdasarkan urutan mengenai motor honda vario tersebut, peneliti mencoba mewawancarai beberapa dealer motor khususnya pada kendaraan honda yang dimana Dalam permasalahan bauran promosi yang dilakukan, dalam tahun 2022 akhir sangat kurang dilakukan tidak seperti pada tahun 2021. Pada tahun 2021 pihak dealer memberikan promosi untuk motor Honda Vario sangat gencar dilakukan, seperti dengan uang muka sebesar Rp. 1.000.000 (satu juta rupiah) atau pun potongan angsuran dan unit kendaraan motor Honda Vario selalu tersedia, sehingga ditahun 2021 dengan mudahnya dealer menjual unit kendaraan Honda Vario. Sedangkan ditahun 2023 bertolak belakang, yang dimana kurangnya kurang maksimalnya pemberian promosi seperti membayar uang muka dan bayar cicilan dengan harga yang normal sedangkan unit kendaraan pun jarang tersedia, hal tersebut dikarenakan pihak dealer terfokus dengan unit kendaraan lainnya, disebabkan dari pihak kurangnya *support* dari pihak Honda sendiri yang tidak memberikan promosi tersebut dan lebih terfokus penjualannya pada unit kendaraan Honda PCX 160 dan Honda Beat, kurangnya promosi ditahun 2023 tersebut yang menyebabkan turunnya penjualan pada unit kendaraan Honda Vario.

Berdasarkan fenomena yang terjadi mengenai penurunan penjualan pada unit kendaraan motor Honda Vario ditahun 2023 tersebut disebabkan bahwa kurangnya pemberian promosi yang dilakukan oleh beberapa dealer seperti tidak adanya potongan uang muka maupun cicilan tidak seperti tahun sebelumnya yang memberikan promosi yang berlebih dan kualitas produk dari motor Honda Vario yang memiliki radiator sedangkan lebih dominan konsumen adalah perempuan yang dimana diketahui bahwa selama ini bahwa perempuan ingin memiliki kendaraan yang tidak terlalu sulit dalam

perawatannya sehingga dari kurangnya promosi dan kualitas dari motor Honda Vario yang harus memiliki perawatan yang harus lebih rutin tersebut sehingga berdampak kepada kurangnya keputusan pembelian konsumen dalam memilih motor Honda Vario.

**Rumusan Masalah :** Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana keluhan konsumen mengenai pembelian produk Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera”

**Tujuan Penelitian :** Tujuan pada penelitian ini yaitu “Untuk mengetahui keluhan konsumen mengenai pembelian produk Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera”

## KAJIAN TEORITIS

Keputusan (*decision*) berarti pilihan (*choice*), yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan, namun, hampir tidak merupakan pilihan antara yang benar dan yang salah, tetapi yang justru sering terjadi ialah pilihan antara yang hampir benar dan yang mungkin salah, walaupun keputusan biasa dikatakan sama dengan pilihan, ada perbedaan penting di antara keduanya. Keputusan pembelian merupakan aspek untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa merupakan aspek yang penting bagi pemasar, keputusan tersebut sekaligus menunjukkan seberapa efektif sebuah program pemasaran yang direncanakan oleh para pemasar berhasil mempengaruhi perilaku pembelian konsumen (Yunita : 2022).

Menurut Tjiptono dalam (Darmajaya : 2016) berpendapat Keluhan atau complaint bisa diartikan sebagai ungkapan atau rasa kekecewaan Organisasi bisa mengumpulkan keluhan pelanggan melalui sejumlah cara, di antaranya kotak saran, formulir keluhan pelanggan, saluran telepon khusus, website, kartu komentar, survei kepuasan pelanggan dan *customer exit surveys*. Situasi ini dikenal dengan istilah “*Recovery Paradox*”. Alasan pelanggan mengeluh pada umumnya adalah karena mereka merasa tidak puas atas jasa yang diberikan sehingga berakibat pada pelanggan yang menuntut atas ketidakpuasan pelayanan yang diberikan seperti yang dikutip sebelumnya bahwa pelayanan merupakan aspek yang sangat penting untuk diberikan, jika pelayanan baik maka pelanggan akan mengapresiasi dan merasa puas atas pelayanan yang diberikan atau sebaliknya, jika pelayanan tersebut buruk maka akan berakhir pada protes (ketidakpuasan) atau yang disebut sebagai komplain

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Andriko (2022) dengan judul penelitian pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor (studi kasus konsumen sepeda motor merek honda vario pada CV. Rafika Jaya Motor Di Kecamatan Medan Denai) menyatakan bahwa secara bersama-sama variabel produk, harga, distribusi/ tempat, promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

## METODE PENELITIAN

**Pendekatan Riset :** Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan penelitian kualitatif, dalam penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan data yang ada di lapangan dengan cara menguraikan dan menginterpretasikan sesuatu seperti apa yang ada di lapangan, dan menghubungkan sebab akibat terhadap sesuatu yang terjadi pada saat penelitian (Sugiyono : 2016). Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran realita mengenai keluhan konsumen mengenai pembelian produk Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera.

**Populasi dan Sampel :** Populasi pada penelitian ini yaitu kepada beberapa masyarakat di Kota Serang yang memiliki kendaraan Honda Vario sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik *random sampling* atau sampel acak, teknik tersebut merupakan pengambilan sampel dimana dimana semua individu dalam posisi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel (Umar Husein : 2013). Berdasarkan penyebaran pernyataan secara online dan publik, adapun masyarakat yang bersedia untuk mengisi kuisioner tersebut sebanyak 57 responden, sehingga total sampel yang digunakan seluruhnya adalah sebanyak 57 responden.

**Teknik Analisis Data :** Sifat analisis dalam penelitian kualitatif adalah penguraian apa adanya fenomena yang terjadi (deskriptif) disertai penafsiran terhadap arti yang terkandung dibalik tampak (interpretif). Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif, dimana tujuan dari analisis ini adalah untuk menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Analisa dilakukan setelah data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terkumpul. Data yang di dapat mengenai keluhan konsumen mengenai pembelian produk Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera. Berdasarkan data tersebut, proses analisa penelitian ini dilakukan mulai dari membaca, mempelajari, dan menelaah data dengan menggunakan langkah-langkah menurut Miles dan Huberman, diantaranya sebagai berikut:

### 1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yaitu mengumpulkan data di lokasi penelitian dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat dan untuk menentukan fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya.

### 2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan akhir dan di verifikasi

### 3. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan mengelompokkan data yang telah direduksi. Pengelompokkan data dilakukan dengan menggunakan label atau lainnya

4. Penarikan kesimpulan (verifikasi)
5. Penarikan kesimpulan adalah kegiatan analisis yang lebih dikhususkan pada penafsiran data yang telah disajikan

**Instrumen Penelitian :** Pada penelitian ini Instrumen penelitian peneliti menggunakan suatu metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Maka dari itu, instrumen yang dibutuhkan adalah pedoman observasi, pedoman wawancara, alat perekam, kamera, serta alat tulis. Instrumen dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri (human instrument) yang disertai alat bantuan berupa tape recorder dan kamera. Dalam penelitian kualitatif, peneliti memiliki kedudukan sebagai perencana, pelaksana, pengumpulan data, analisis, penafsir data dan pada akhirnya menjadi pelapor hasil penelitiannya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai keluhan konsumen mengenai pembelian produk Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

### 1. Hasil Penelitian

#### a) Deskripsi Teoritik

Berikut merupakan deskripsi tanggapan responden mengenai keluhan konsumen mengenai pembelian produk Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera adalah sebagai berikut :

**Tabel 1. Deskripsi Tanggapan Responden**

	N	Descriptive Statistics		Mean	Std. Deviation
		Minimum	Maximum		
X.1	57	3	5	4,28	,482
X.2	57	3	5	4,56	,471
X.3	57	3	5	3,71	,542
X.4	57	3	5	3,65	,487
X.5	57	2	5	4,11	,631
X.6	57	3	5	3,97	,457
X.7	57	2	5	3,76	,482
X.8	57	3	5	4,28	,582
X.9	57	3	5	3,10	,522
X.10	57	2	5	3,87	,472
Valid N (listwise)					

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji deskriptif statistik diatas menunjukkan bahwa sampel (N) sebanyak 57 responden, tanggapan minimum responden adalah 3 yang artinya kurang setuju dan 2 yaitu tidak setuju sedangkan tanggapan maximum responden seluruhnya adalah 5 yang artinya sangat setuju. Adapun nilai mean paling rendah yaitu dengan nilai 3,10 pada pernyataan 9 sedangkan

mean tertinggi yaitu sebesar 4,56 pada pernyataan 2. Adapun untuk std.deviation terendah yaitu dengan nilai ,457 pada pernyataan 6 sedangkan tertinggi yaitu dengan nilai ,631 pada pernyataan 5.

**b) Uji Validitas**

Berikut ini merupakan hasil uji validitas, menurut Sugiyono (2016) valid adalah item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat *Minimum* untuk dianggap memenuhi syarat adalah jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . dalam penelitian ini nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,260 dengan tingkat signifikansi 0,05 Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,260 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X.1	31,34	4,863	,291	,472
X.2	31,56	4,123	,192	,362
X.3	31,63	4,816	,197	,422
X.4	31,41	5,273	,271	,481
X.5	31,82	4,982	,279	,344
X.6	31,58	5,242	,193	,421
X.7	31,82	4,782	,141	,419
X.8	31,45	5,826	,198	,449
X.9	31,32	5,263	,121	,315
X.10	31,68	4,255	,152	,399

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan hasil pengujian validitas menyatakan bahwa seluruh variabel dikatakan valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} > 0,260$ . Sehingga angka tersebut membuktikan bahwa seluruh pernyataan pada penelitian dianggap valid.

**c) Uji Realibilitas**

Berikut adalah hasil pengujian realibilitas. Uji realibilitas adalah pengujian untuk menetapkan apakah instrument dalam hal ini kuisioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Dikatakan reliabel jika  $\alpha > 0,60$ . Berikut hasil pengujian Realibilitas dapat di lihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,761	10

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan hasil uji realibilitas menyatakan bahwa hasil pengujian dianggap reliabel, karena nilai  $\alpha > 0,60$  atau  $\alpha > 0,761$  sehingga pernyataan yang diberikan dapat dianggap kebenarannya.

**d) Uji Asumsi Klasik (Normalitas)**

Berikut ini merupakan hasil uji asumsi klasik normalitas, pada uji normalitas dikatakan normal jika nilai sig  $> 0.05$ . Adapun hasil pengujian adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. Hasil Uji Asumsi Klasik (Normalitas)**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,72647200
Most Extreme Differences	Absolute	,076
	Positive	,076
	Negative	-,076
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,103 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji asumsi klasik normalitas tersebut memiliki nilai ,103 yang artinya angka tersebut menunjukkan data normal, karena nilai sig  $> 0.05$  atau sig  $>,103$  sehingga data tersebut berdistribusi secara normal.

**e) Rekapitulasi Hasil Penelitian**

Adapun hasil pengolahan data responden mengenai keluhan konsumen mengenai pembelian produk Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera adalah sebagai berikut :

**Tabel 5. Rekapitulasi Tanggapan Responden**

Dimensi	Sub Dimensi	Scoring	Ranking	Rata-Rata
Kognitif	Kualitas Produk	345	5	3,63
	Promosi	348	4	3,65
	Merek	324	3	3,43
	Harga	328	2	3,47
	Keputusan Pembelian	331	1	3,53
	<b>Total</b>			
<b>Rata-Rata</b>				<b>3,542</b>
Afektif	Kualitas Produk	355	5	3,62
	Promosi	364	4	3,74

	Merek	342	3	3,57
	Harga	340	2	3,55
	Keputusan Pembelian	328	1	3,42
	<b>Total</b>			<b>17,90</b>
	<b>Rata-Rata</b>			<b>3,580</b>
Konatif	Kualitas Produk	350	5	3,60
	Promosi	336	4	3,46
	Merek	348	3	3,57
	Harga	330	2	3,43
	Keputusan Pembelian	332	1	3,40
	<b>Total</b>			<b>17,46</b>
	<b>Rata-Rata</b>			<b>3,492</b>

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 5 di atas maka dilakukan pengelompokan evaluasi loyalitas konsumen dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Jarak Interval} = \frac{(\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum})}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Jarak Interval} = \frac{(5-1)}{5}$$

$$\text{Jarak Interval} = 0,8$$

**Tabel 6. Penilaian Interval Kelompok**

Interval	Kategori
4,3-5,0	Sangat Baik
3,5-4,2	Baik
2,7-3,4	Cukup Baik
1,9-2,6	Tidak Baik
1,0-1,8	Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil olah data responden pada **dimensi kognitif** khususnya mengenai keluhan konsumen pada Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera pada sub dimensi kualitas produk memiliki nilai rata-rata sebesar 3,63, promosi memiliki nilai rata-rata sebesar 3,65, merek memiliki nilai rata-rata sebesar 3,43, harga memiliki nilai rata-rata sebesar 3,47 dan keputusan pembelian memiliki nilai rata-rata sebesar 3,53. Adapun untuk skor total dari keseluruhan yaitu sebesar 17,71 sedangkan nilai total rata-rata sebesar 3,542 yang artinya nilai tersebut mengandung arti bahwa untuk dimensi kognitif mengenai keluhan konsumen pada Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera dengan kategori **Baik** karena nilai tersebut berada pada interval 3,5-4,2 yang berarti bahwa keluhan konsumen mengenai produk honda vario masih memiliki respon yang baik.

Adapun data responden pada **dimensi afektif** khususnya mengenai keluhan konsumen pada Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera pada sub dimensi kualitas produk memiliki nilai rata-rata sebesar 3,62, promosi memiliki nilai rata-rata sebesar 3,74, merek memiliki nilai rata-rata sebesar 3,57, harga memiliki nilai rata-rata sebesar 3,55 dan keputusan pembelian memiliki nilai rata-rata sebesar 3,42. Adapun untuk skor total dari keseluruhan yaitu sebesar 17,90 sedangkan nilai total rata-rata sebesar 3,580 yang artinya nilai tersebut mengandung arti bahwa untuk dimensi afektif mengenai keluhan konsumen pada Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera dengan kategori **Baik** karena nilai tersebut berada pada interval 3,5-4,2 yang berarti bahwa keluhan konsumen mengenai produk honda vario masih memiliki respon yang baik.

Adapun hasil olah data responden pada **dimensi konatif** khususnya mengenai keluhan konsumen pada Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera pada sub dimensi kualitas produk memiliki nilai rata-rata sebesar 3,60, promosi memiliki nilai rata-rata sebesar 3,46, merek memiliki nilai rata-rata sebesar 3,57, harga memiliki nilai rata-rata sebesar 3,43 dan keputusan pembelian memiliki nilai rata-rata sebesar 3,40. Adapun untuk skor total dari keseluruhan yaitu sebesar 17,46 sedangkan nilai total rata-rata sebesar 3,492 yang artinya nilai tersebut mengandung arti bahwa untuk dimensi konatif mengenai keluhan konsumen pada Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera dengan kategori **Cukup Baik** karena nilai tersebut berada pada interval 3,5-4,2 yang berarti bahwa keluhan konsumen mengenai produk honda vario masih memiliki respon yang cukup baik.

## 2. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai analisis keluhan konsumen pembelian produk Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera masih dikategorikan baik dikalangan konsumen, hasil olah data pada dimensi kognitif dan afektif pada sub dimensi kualitas produk, promosi, harga, merek dan keputusan pembelian memiliki tanggapan yang baik dikalangan konsumen sedangkan pada dimensi konatif memiliki respon yang cukup baik, artinya keluhan-keluhan yang dirasakan pada konsumen masih dapat diatasi dan masih dalam tahap wajar. Sebenarnya pada motor apapun memiliki kekurangan dan kelebihannya masing-masing sehingga kekurangan yang dimiliki oleh motor Honda Vario masih dapat tertutupi oleh kelebihan dari motor Honda Vario tersebut. Adapun kekurangan dan kelebihan dari unit kendaraan motor Honda Vario dapat dilihat dibawah ini :

- 1) Kelebihan Motor Honda Vario
  - a. Desain Mewah

Dari sejak generasi pertama, Honda Vario 125 memiliki desain yang menarik. Tampilannya terbilang mewah untuk skutik 125 cc. Sebelum ada PCX 150, bodinya bisa dikatakan bongor dibandingkan skutik lainnya. Garis bodinya juga tajam dengan desain lampu yang menyipit. Sehingga membuat tampilannya tak hanya mewah, tapi juga terlihat sporty dan agresif. Desain lampunya juga cukup khas dengan model dual keen eyes headlight. Tampilannya semakin mewah dengan penambahan Daytime Running Light (DRL) di atas lampu utamanya.

b. Kapasitas Bagasi yang Luas

Salah satu fitur yang banyak dicari konsumen dalam memilih motor adalah kapasitas bagasi. Pada Honda Vario 125, kapasitas bagasi yang ditawarkan cukup luas, yakni mencapai 18 liter. Dengan kapasitas bagasi yang luas ini, pengendara bisa membawa cukup banyak barang. Bagasi Honda Vario 125 juga diklaim dapat menampung satu unit helm model full face atau half face.

c. Performa Mesin Mantap

Honda Vario 125 dibekali dengan mesin 4 langkah, SOHC, eSP, berpendingin cairan. Diameter pistonnya 52,4 mm dan langkahnya 57,9 mm, menghasilkan tenaga maksimum mencapai 11,1 PS pada 8.500 rpm dan torsi maksimum hingga 10,8 Nm pada 5.000 rpm. Dengan bobot motor yang tergolong ringan, hanya 111 kg saja, maka power to weight ratio yang dimilikinya cukup baik. Untuk berakselerasi, skutik ini tergolong cepat.

d. Konsumsi Bahan Bakar yang Irit

Honda Vario 125 memiliki *fitur Idling Stop System (ISS)*. Dengan fitur ini, mesin motor akan mati secara otomatis jika didiamkan selama tiga detik. Sehingga, tidak ada bahan bakar yang terbuang sia-sia ketika motor dalam keadaan diam atau *idle*. Mesin motor akan kembali hidup saat tuas gas diputar. Dengan fitur ISS, konsumsi bahan bakar Honda Vario 125 juga bisa lebih irit. Honda mengklaim skutiknya ini bisa menghemat sampai 51,7 kilometer per liter.

e. Fitur yang Berlimpah

Soal fitur, Honda tidak pelit pada skutik injeksi ini. Honda Vario 125 dilengkapi dengan panel meter *full digital*, sistem pencahayaan LED (lampu depan, lampu belakang, dan lampu sein), idling stop system, anti *theft alarm*, *answer back system*, bagasi yang luas, ban depan dan ban belakang tipe tubeless, dan lainnya.

2) Kekurangan Motor Honda Vario

a. Belum Dilengkapi Teknologi Keyless

Fitur Honda Vario 125 memang melimpah, tapi tidak terlalu lengkap. Salah satu fitur yang absen adalah teknologi keyless atau smart key

system. Honda Vario 125 masih mengandalkan secure key shutter atau kunci kontak berpelindung magnetis. Tapi, tetap dibekali anti theft alarm.

b. Tidak Ada Power Outlet

Di zaman serba digital ini, penggunaan smartphone sulit dilepaskan dari kehidupan sehari-hari. Untuk itu, penting juga untuk memiliki fitur power outlet di motor. Jadi, pengendaranya tidak perlu khawatir akan kehabisan daya dari baterai ponselnya. Sayangnya Honda Vario 125 belum memiliki fitur tersebut.

c. Dek Tengah Sempit

Meski dimensi Honda Vario 125 sudah proporsional, untuk sebagian pengendara yang memiliki postur tubuh cukup tinggi, dek tengah Honda Vario 125 dirasa cukup sempit. Tak sedikit pengendara yang jarak lututnya terlalu dekat dengan setang saat berbelok atau bahkan sampai mentok. Di bagian ruang kakinya juga tidak begitu luas. Jika ditambah barang bawaan seperti tas, tentu akan mengganggu pergerakan kaki menjadi kurang leluasa

d. Harga Terlalu Tinggi

Honda Vario 125 memiliki banderol yang cukup tinggi dibandingkan dengan kompetitor sekelasnya. Dengan harga Rp 21 jutaan, kompetitornya menawarkan skutik 125 cc dengan fitur keamanan yang lebih baik, yakni smart key system atau teknologi keyless.

e. Tidak Ada Pilihan Rem ABS

Pada skutik lain yang menjadi kompetitornya, terdapat pilihan tipe yang menggunakan sistem pengereman *Anti-lock Braking System* (ABS). Sementara pada Honda Vario 125, hanya mengandalkan sistem pengereman *Combi Brake System* (CBS) saja.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan diatas mengenai analisis keluhan konsumen pembelian produk Honda Vario di PT. Niaga Utama Sejahtera, maka dapat disimpulkan bahwa keluhan-keluhan yang dirasakan oleh para konsumen motor Honda Vario masih dalam respon yang baik, yang dimana konsumen masih menilai bahwa kekurangan yang dimiliki unit motor Honda Vario masih dalam tahap wajar dan kekurangan tersebut masih dapat ditutupi dengan beberapa kelebihan yang dimiliki yang bahkan kelebihan tersebut belum tentu dimiliki oleh unit kendaraan lainnya

### 2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti menyarankan hasil penelitian sebagai berikut :

- a. Disarankan agar perusahaan lebih dapat mengembangkan kembali produk-produk yang dijual serta perusahaan dapat memperbaiki seluruh kekurangan yang dimiliki pada unit kendaraan Honda Vario
- b. Disarankan agar konsumen dapat melihat spesifikasi kelebihan dan kekurangan pada unit kendaraan Honda Vario sebelum memutuskan pembelian agar ketika memutuskan untuk membeli dapat mengetahui informasi mengenai unit kendaraan Honda Vario

#### DAFTAR REFERENSI

- Andriko. 2022. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Merek Honda Vario Pada Cv. Rafika Jaya Motor Di Kecamatan Medan Denai). *Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan. Jurnal Bisnis Net Volume : V No. 1*
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Pradana, Dedhy. 2019. Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda. Available online: <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>. Volume 14 (1) 2019, 16-23
- Prayitno, A., Farika, D. F., Aji, R. T., Pangestu, R., & Hartanto, S. T. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)* , 2012-2019.
- Priansa, D. J. (2018). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta. Setyosari, P. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Dan pengembangan*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.