

ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PRODUK DAN PENGALAMAN PENGGUNA MOTOR HONDA BEAT DAN SUZUKI NEX DI KECAMATAN MALALAYANG

Dionisius Jocom¹, S.L.H.V. Joyce Lapijan², Mirah H. Rogi³

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado^{1,2,3}

Email: jocomdio30@gmail.com¹, lapijanjoyce@unsrat.ac.id², helenmirah@gmail.com³

Informasi	Abstract
Volume : 2 Nomor : 10 Bulan : Oktober Tahun : 2025 E-ISSN : 3062-9624	<i>This study aims to determine the differences in product quality and user experience between Honda Beat and Suzuki Nex motorcycles among the community in Malalayang District. The method used in this study is a descriptive-comparative quantitative method, which is an approach used to compare two research objects to determine whether or not there are significant differences. Data was collected through the distribution of questionnaires, with sampling techniques using purposive sampling aimed at the community in Malalayang District who are users of one of these motorcycles. The data obtained was then analyzed statistically using the Independent Sample t-Test. The results of the study showed that there were no significant differences in product quality between the Honda Beat and Suzuki Nex. Meanwhile, in terms of user experience, the results of the study showed that there were no significant differences between the Honda Beat and Suzuki Nex, so that both products were considered to have a relatively similar level of satisfaction by the community in Malalayang District.</i>

Keyword: Product Quality, User Experience

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan kualitas produk dan pengalaman pengguna motor Honda Beat dan Suzuki Nex pada masyarakat di Kecamatan Malalayang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif-komparatif, yaitu pendekatan yang digunakan untuk membandingkan dua objek penelitian guna mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yang ditujukan kepada masyarakat di Kecamatan Malalayang yang merupakan pengguna salah satu motor tersebut. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara statistik menggunakan uji Independent Sample t-Test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada aspek kualitas produk antara Honda Beat dan Suzuki Nex. Sementara itu, pada aspek pengalaman pengguna, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara Honda Beat dan Suzuki Nex, sehingga kedua produk dianggap memiliki tingkat kepuasan yang relatif sama oleh masyarakat di Kecamatan Malalayang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Pengalaman Pengguna

A. PENDAHULUAN

Industri sepeda motor di Indonesia terus berkembang pesat, didorong oleh tingginya permintaan kendaraan bermotor sebagai transportasi yang efisien dan terjangkau. Akibatnya,

produsen sepeda motor harus bekerja keras untuk meningkatkan kualitas, harga, dan citra produknya. Sehingga masyarakat akan menerimanya dan pelanggan akan membeli produk tersebut. Selain itu, persaingan menjadi lebih menarik akibat dari kemajuan teknologi yang semakin maju, yang memudahkan bisnis untuk mempromosikan atau memperkenalkan produk mereka.

Di tengah persaingan yang ketat, tiga merek sepeda motor yang cukup dominan di pasar Indonesia adalah Honda, Yamaha dan Suzuki, dengan masing-masing memiliki model unggulan, yaitu Honda BeAT, Yamaha Mio dan Suzuki Nex II. Ketiga motor ini menjadi pilihan populer di kalangan konsumen, terutama untuk kategori sepeda motor skuter matik (scooter matik), yang kini banyak digunakan oleh berbagai kalangan, dari remaja hingga orang dewasa.

Honda BeAT pertama kali diperkenalkan oleh PT Astra Honda Motor (AHM) di Indonesia pada 5 Januari 2008. Sebagai salah satu produsen sepeda motor terbesar di Indonesia, Honda melihat potensi besar dalam segmen sepeda motor matik yang semakin diminati oleh konsumen. Sementara itu, Suzuki Nex II diluncurkan oleh PT Suzuki Indomobil Sales (SIS) pada 2009, satu tahun setelah Honda BeAT. Suzuki Nex II dirancang untuk menjadi pesaing bagi Honda BeAT, kedua motor ini dirancang untuk memberikan kenyamanan dan kepraktisan dalam penggunaan sehari-hari, dengan harga yang relatif terjangkau untuk semua kalangan.

Berdasarkan data Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia (AISI), penjualan sepeda motor di Indonesia mencapai 5,05 juta unit pada tahun 2023, dengan kontribusi skuter matik (skutik) mencapai 83,7% dari total penjualan tersebut. Dari total penjualan selama satu tahun 2021 diangka 5.057.516 unit, Honda mampu menjual motor sebanyak 3.928.788 unit atau menguasai 77,68% pasar motor domestik di Indonesia dan Suzuki 18.380 unit (0,36%). Meskipun keduanya menawarkan berbagai keunggulan, keputusan konsumen untuk memilih salah satu dari kedua motor ini sering kali dipengaruhi oleh kualitas produk dan pengalaman pengguna yang mereka alami.

Pemilihan Honda dan Suzuki sebagai fokus penelitian karena keduanya memiliki total penjualan yang jauh berbeda. Honda sebagai merek yang menguasai pasar dari penjualan saat ini dan Suzuki dengan penjualan terendah dibandingkan merek Honda dan Yamaha. Perbedaan tersebut menjadikan alasan mengapa penelitian ini diperlukan dengan fokus pada variabel kualitas produk dan pengalaman pengguna. Dengan menggunakan kedua variabel tersebut, itu bisa membantu kita menilai apakah itu mempengaruhi penjualan dari kedua merek tersebut.

Kualitas produk memainkan peran yang penting dalam memengaruhi keputusan konsumen. Pahmi (2024:4) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Jadi, kualitas produk tidak hanya berhubungan dengan pemenuhan spesifikasi teknis, tetapi juga dengan kemampuan produk untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Selain faktor kualitas produk, pengalaman pengguna juga penting karena dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Gusandra et, al (2020:171) menyatakan bahwa pengalaman pengguna (user experience) adalah bagaimana cara seseorang merasakan ketika menggunakan sebuah produk, sistem, atau jasa.

Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan, karena penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kualitas produk serta pengalaman pengguna dari dua jenis motor skutik, yaitu Honda BeAT dan Suzuki Nex II, yang digunakan oleh masyarakat di Kecamatan Malalayang. Tujuannya adalah untuk mengetahui motor mana yang lebih unggul menurut persepsi dan pengalaman pengguna di wilayah tersebut, sehingga dapat menjadi acuan bagi konsumen, produsen, atau pihak terkait lainnya dalam pengambilan keputusan.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Indrajaya (2024:1) menyatakan bahwa manajemen pemasaran merupakan jenis kegiatan untuk melakukan perencanaan, tindakan, pengawasan sekaligus evaluasi yang berkaitan dengan proses identifikasi produk maupun jasa kepada masyarakat luas.

Bauran Pemasaran

Samirudin (2023:12) menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan suatu alat pemasaran yang dijadikan strategi dalam kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yang optimal. Menurut Samirudin (2023:13) terdapat empat elemen utama dalam bauran pemasaran, yaitu: Produk (Product), Harga (Price), Promosi (Promotion) Tempat (Place).

Kualitas Produk

Pahmi (2024:4) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.

Pengalaman Pengguna

Gusandra et, al (2020:171) menyatakan bahwa pengalaman pengguna (user experience) adalah bagaimana cara seseorang merasakan ketika menggunakan sebuah produk, sistem, atau jasa.

Penelitian Terdahulu

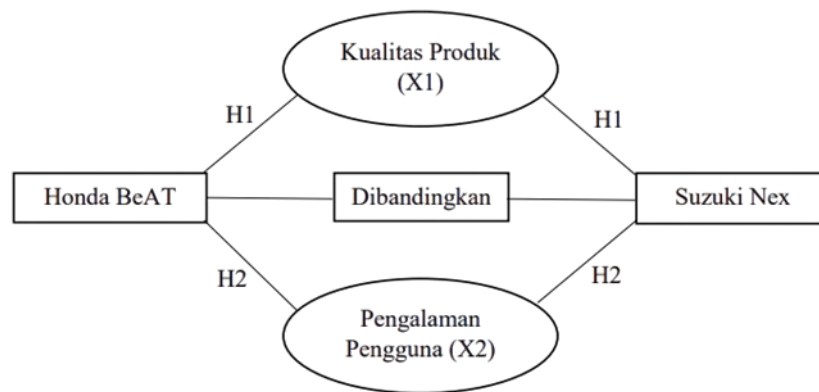
Penelitian M. Adhar dan Kartini Aprianti (2023) bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan dalam kualitas dan harga antara motor KLX dan CRF yang ada di Kota Bima. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode komparatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan baik dari segi kualitas produk maupun harga antara motor KLX dan CRF yang beredar di Kota Bima. Dengan kata lain, berdasarkan data yang diperoleh, kedua motor tersebut memiliki kualitas dan harga yang relatif sebanding di kalangan konsumen di daerah tersebut.

Penelitian Jesaya Wahani et, al (2021) yang berjudul “Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Antara Go-Jek Dan Grab Di Kota Manado” bertujuan untuk menganalisis perbandingan kualitas pelayanan antara kedua perusahaan berdasarkan lima dimensi utama, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah komparatif dengan pengumpulan data kuantitatif. Hasil penelitian mengungkapkan adanya perbedaan signifikan dalam kualitas pelayanan antara Go-Jek dan Grab pada empat dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, dan assurance. Namun, untuk dimensi empathy, tidak ditemukan perbedaan yang signifikan antara kedua layanan tersebut.

Penelitian Ahmad Nur Hidayat et, al (2021) bertujuan untuk membandingkan dua aplikasi dompet digital, OVO dan DANA, dalam hal pengalaman pengguna. Metode yang digunakan meliputi pengujian skenario dan kuesioner User Experience Questionnaire (UEQ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun kedua aplikasi berhasil menyelesaikan tugas dengan baik, DANA unggul dalam hal kesalahan dan jumlah klik yang diperlukan, sedangkan OVO lebih cepat dalam menyelesaikan tugas dan memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi. Kuesioner UEQ mengungkapkan bahwa DANA lebih unggul dalam daya tarik, kejelasan, keandalan, dan kebaruan, sementara OVO lebih baik dalam efisiensi dan stimulasi.

B. METODE PENELITIAN

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Kajian Peneliti (2025)

Hipotesis Penelitian

H1: Terdapat perbedaan Kualitas Produk antara motor Honda BeAT dan Suzuki Nex II

H2: Terdapat perbedaan Pengalaman Pengguna motor Honda BeAT dan Suzuki Nex II di Kecamatan Malalayang

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif-komparatif, yaitu penelitian yang menggunakan data angka (kuantitatif) untuk menggambarkan suatu kondisi, lalu membandingkannya antar kelompok atau kondisi tertentu antara variabel.

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, menggunakan populasi masyarakat masyarakat yang menggunakan motor Honda BeAT atau Suzuki Nex, berusia 17 tahun ke atas dan memiliki SIM C, serta tinggal di wilayah Kecamatan Malalayang. Dengan menggunakan rumus Lemeshow, diperoleh sampel sebanyak 97 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling, yaitu memilih responden berdasarkan kriteria tertentu, serta accidental sampling, yaitu mengambil responden yang kebetulan ditemui.

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumber pertama melalui penyebaran kuesioner berbasis

Google Form dengan skala Likert kepada masyarakat di Kecamatan Malalayang. Sementara itu, data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui referensi yang sudah ada sebelumnya, seperti buku, jurnal, artikel, dan sumber literatur lain yang mendukung.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan cara memberikan kuesioner kepada responden dengan menggunakan skala likert. Menurut Widyaningsih (2021:60) Skala Likert digunakan untuk menilai sikap, opini, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Pengukuran data menggunakan skala Likert, di mana setiap indikator variabel dinilai berdasarkan lima tingkat respon, mulai dari “sangat tidak setuju” “tidak setuju”, “netral”, “setuju”, “sangat setuju” dengan skor 1 sampai 5.

Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian

Tabel 1. Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.	1. Kinerja (<i>Performance</i>), 2. Keistimewaan atau Ciri Khas (<i>Features</i>), 3. Keandalan (<i>Reliability</i>), 4. Kemampuan Pelayanan (<i>Serviceability</i>), 5. Estetika (<i>Aesthetics</i>), 6. Kualitas yang Dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>) Sumber: Pahmi (2024:5)
Pengalaman Pengguna (X2)	Pengalaman pengguna (<i>user experience</i>) adalah bagaimana cara seseorang merasakan ketika menggunakan sebuah produk, sistem, atau jasa.	1. Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>) 2. Keterbukaan (<i>Perspicuity</i>) 3. Keandalan (<i>Dependability</i>) 4. Kebaruan (<i>Novelty</i>) Sumber: Mamakou et, al (2023)

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan analisis item yaitu mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total. Untuk menghitung korelasi pada uji validitas menurut pendapat dari para ahli dapat menggunakan rumus product moment pearson (Widyaningsih (2021:148).

Uji reliabilitas di gunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang di gunakan dapat di andalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut di ulang. Dalam penelitian ini untuk uji reliabilitas menggunakan teknik koefisien cronbach

alpha.

Teknik Analisis Data Uji Beda

Uji beda adalah sebuah teknik untuk membandingkan dua set rata-rata dari dua sampel yang berbeda, dalam penelitian ini menggunakan uji independen sample t-test. Uji independen sample t-test digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan rata-rata antara dua kelompok sampel yang tidak saling berhubungan secara langsung.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Nilai Signifikansi	Pearson Corelation (R Hitung)	R Tabel	Keterangan
Honda Beat					
Kualitas Produk	P1	0,05	0,855	0,1966	Valid
	P2	0,05	0,868	0,1966	Valid
	P3	0,05	0,798	0,1966	Valid
	P4	0,05	0,854	0,1966	Valid
	P5	0,05	0,840	0,1966	Valid
	P6	0,05	0,877	0,1966	Valid
Pengalaman Pengguna	P1	0,05	0,922	0,1966	Valid
	P2	0,05	0,905	0,1966	Valid
	P3	0,05	0,888	0,1966	Valid
	P4	0,05	0,833	0,1966	Valid
Suzuki Nex					
Kualitas Produk	P1	0,05	0,822	0,1966	Valid
	P2	0,05	0,872	0,1966	Valid
	P3	0,05	0,839	0,1966	Valid
	P4	0,05	0,849	0,1966	Valid
	P5	0,05	0,780	0,1966	Valid
	P6	0,05	0,868	0,1966	Valid
Pengalaman Pengguna	P1	0,05	0,913	0,1966	Valid
	P2	0,05	0,928	0,1966	Valid
	P3	0,05	0,913	0,1966	Valid
	P4	0,05	0,904	0,1966	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 26 (2025)

Dari tabel 2 terlihat bahwa nilai rhitung lebih besar dari rtabel 0,1966, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Ketetapan	Keterangan
Honda Beat			
Kualitas Produk	0,922	0,60	Reliabel
Pengalaman Pengguna	0,910	0,60	Reliabel

	Suzuki Nex		
Kualitas Produk	0,915	0,60	Reliabel
Pengalaman Pengguna	0,934	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel 3, terlihat bahwa nilai cronbach's alpha dari masing-masing variabel, yaitu Kualitas Produk dan Pengalaman Pengguna, memiliki nilai lebih dari atau sama dengan 0,6 ($\geq 0,6$). Dengan demikian, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, artinya instrumen yang digunakan cukup konsisten dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel yang dimaksud.

Uji Beda

Tabel 4. Uji Beda

		T-Test For Equality Of Means			
Variabel	Perbandingan	Sig. (2-tailed)	df	Mean Difference	Std. Error Difference
Kualitas Produk	Honda Beat Suzuki Nex	0,197	198	0,870	0,672
Pengalaman Pengguna	Honda Beat Suzuki Nex	0,585	198	0,260	0,475

Sumber: Data Olahan SPSS 26 (2025)

Hasil pada tabel 4 menunjukkan nilai untuk kualitas produk adalah Sig. (2-tailed) sebesar $0,197 > 0,05$, maka sesuai dengan hasil Uji independent sample test, dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada Kualitas Produk Honda Beat dan Suzuki Nex. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan terdapat perbedaan Kualitas Produk antara Honda Beat dan Suzuki Nex tidak dapat diterima atau tidak terbukti. Sementara, Hasil pada tabel 4 diperoleh nilai untuk Pengalaman Pengguna Sig. (2-tailed) sebesar $0,585 > 0,05$, maka sesuai dengan hasil Uji independent sample test, dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada Pengalaman Pengguna motor Honda Beat dan Suzuki Nex. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan terdapat perbedaan pada Pengalaman Pengguna motor Honda Beat dan Suzuki Nex tidak diterima atau tidak terbukti.

Pembahasan

Kualitas Produk antara motor Honda Beat dan Suzuki Nex

Pada penelitian ini, dilakukan perbandingan antara dua merek motor yang cukup terkenal di Indonesia, yaitu Honda Beat dan Suzuki Nex. Keduanya memiliki keunggulan dan karakteristik masing-masing. Honda Beat dikenal dengan reputasinya sebagai motor yang hemat bahan bakar, stylish, dan mudah digunakan, sementara Suzuki Nex lebih dikenal

dengan harga yang lebih bersaing dan fokus pada efisiensi bahan bakar serta desain yang simpel dan fungsional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan kualitas produk dari kedua merek tersebut khususnya pada masyarakat yang ada di Kecamatan Malalayang. Dengan memahami ini, perusahaan dapat menentukan strategi peningkatan kualitas yang tepat serta menyusun pendekatan pemasaran yang lebih efektif untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Hasil uji Beda pada Independent Sample t-Test terhadap Kualitas produk menunjukkan bahwa hasil Sig. (2-tailed) sebesar $0,197 > 0.05$, dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada Kualitas Produk antara motor Honda Beat dan Suzuki Nex. Hal ini didukung oleh hasil analisis deskriptif sebelumnya, di mana rata-rata penilaian terhadap kualitas Honda Beat berada pada kategori "Baik" dengan nilai rata-rata 4,01, dengan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan bahwa Layanan servis dan ketersediaan suku cadang Honda Beat mudah diakses dengan nilai 4,24. Sementara itu, kualitas Suzuki Nex juga dinilai "Baik", dengan rata-rata 3,87, dan penilaian tertinggi diberikan pada pernyataan bahwa Suzuki Nex memiliki performa mesin yang baik untuk aktivitas sehari-hari, dengan nilai 4,07. Dari hasil ini, dapat dilihat bahwa kedua motor tersebut memiliki kualitas yang relatif sama di mata masyarakat, walaupun secara keseluruhan skor Honda Beat lebih unggul dari Suzuki Nex, tetapi perbedaan tersebut tidak signifikan karena sama-sama masuk dalam kategori baik. Penjelasan ini juga sejalan dengan temuan yang diungkapkan dalam penelitian oleh Adhar dan Aprianti (2023), di mana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam kualitas antara merek yang dibandingkan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap dua merek yang bersaing tidak selalu didasarkan pada perbedaan nyata secara statistik, terutama jika keduanya menawarkan spesifikasi dan pengalaman penggunaan yang relatif sebanding. Penelitian tersebut menegaskan bahwa dalam beberapa kasus, kesetaraan persepsi kualitas dapat menciptakan persaingan yang seimbang di pasar. Hal ini juga menjadi indikator bahwa keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh perbedaan kualitas semata, tetapi juga oleh faktor lain seperti aksesibilitas, loyalitas merek, serta kenyamanan penggunaan.

Pengalaman Pengguna motor Honda Beat dan Suzuki Nex

Selain kualitas produk, pengalaman pengguna juga penting karena dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dari segi kenyamanan, Honda Beat dilengkapi dengan jok empuk dan posisi berkendara ergonomis, yang membuat perjalanan jauh tetap nyaman. Suspensinya mampu meredam guncangan dengan baik, Dalam hal performa, mesin 110cc

berteknologi eSP memberikan akselerasi responsif dan efisiensi bahan bakar yang tinggi, pengguna juga menghargai fitur-fitur modern seperti lampu LED, panel meter digital, dan sistem pengereman CBS yang meningkatkan keselamatan. Selain itu, jaringan bengkel resmi Honda yang luas memudahkan perawatan dan servis motor. Disisi lain, pengguna Suzuki Nex II mengakui desain ramping dan bobot ringan motor ini, yang membuatnya lincah dan mudah dikendalikan, terutama di lalu lintas padat. Posisi berkendara yang nyaman dan jok empuk juga menjadi nilai tambah. Dari sisi performa, mesin 115cc milik Nex II dikenal minim vibrasi. Dalam hal perawatan, Nex II memiliki biaya servis yang rendah dan suku cadang yang mudah ditemukan, menjadikannya pilihan ekonomis dalam jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan pada pengalaman pengguna motor Honda Beat dan Suzuki Nex. Dengan memahami pengalaman pengguna dari kedua produk, perusahaan dapat mengevaluasi apakah kualitas yang diberikan pada produk masing-masing saat ini sudah tepat dan sesuai dengan preferensi pasar, atau masih memerlukan penyesuaian. Hasil dari output SPSS 24 diperoleh nilai untuk harga Sig. (2-tailed) sebesar $0,585 > 0.05$, maka sesuai dengan hasil Uji independent sample test, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada Pengalaman Pengguna Honda Beat dan Suzuki Nex. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan terdapat perbedaan pada Pengalaman Pengguna motor Honda Beat dan Suzuki Nex ditolak atau tidak diterima. Hal ini didukung oleh hasil analisis deskriptif sebelumnya, di mana rata rata penilaian terhadap pengalaman pengguna Honda Beat berada pada kategori "Baik" dengan nilai rata-rata 4,02, dengan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan bahwa pengalaman menggunakan Honda Beat terasa modern dan mengikuti perkembangan teknologi, dengan nilai 4,09. Sementara itu, pengalaman pengguna Suzuki Nex juga dinilai "Baik", dengan rata-rata 3,96, dan penilaian tertinggi diberikan pada pernyataan bahwa pengguna tertarik menggunakan Suzuki Nex karena memberikan pengalaman berkendara yang menyenangkan, dengan nilai 4,00. Dari hasil ini, dapat dilihat bahwa pengguna kedua motor tersebut memiliki tingkat pengalaman berkendara yang relatif sama di mata masyarakat, walaupun secara keseluruhan skor Honda Beat lebih unggul dari Suzuki Nex, tetapi perbedaan tersebut tidak signifikan karena sama-sama masuk dalam kategori baik. Penjelasan ini juga sejalan dengan temuan yang diungkapkan dalam penelitian oleh Diana Khuntari (2022) di mana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam pengalaman pengguna antar kedua merek yang

dibandingkan. Meski terdapat perbedaan keunggulan dimasing-masing variabel, namun secara keseluruhan menunjukkan nilai yang positif dan tidak ada perbedaan yang signifikan.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, kesimpulan yang didapatkan melalui penelitian ini adalah: Tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada kualitas produk motor Honda Beat dan Suzuki Nex. Tidak terdapat perbedaan pada pengalaman pengguna antara motor Honda Beat dan Suzuki Nex pada masyarakat di Kecamatan Malalayang.

Saran untuk Peneliti Selanjutnya, Penelitian ini hanya berfokus pada variabel kualitas produk dan pengalaman pengguna. Untuk memperkaya hasil dan mendapatkan pemahaman yang lebih luas, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, kepuasan pelanggan, loyalitas, atau citra merek agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keputusan konsumen dalam memilih produk sepeda motor.

Saran untuk Perusahaan atau Produsen, Peningkatan penjualan tidak dapat hanya bergantung pada kualitas produk dan pengalaman pengguna, melainkan perlu ditunjang oleh strategi lain seperti inovasi fitur, penguatan citra merek, serta peningkatan layanan purna jual dan promosi.

Saran untuk Pembaca, Diharapkan pembaca dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai referensi awal dalam memahami kualitas produk motor Honda BeAT dan Suzuki Nex. Selain itu, konsumen yang berniat membeli sepeda motor matic dapat mempertimbangkan indikator-indikator kualitas yang digunakan dalam penelitian ini sebagai bahan pertimbangan sebelum mengambil keputusan pembelian. Untuk mahasiswa, penelitian ini dapat menjadi acuan dalam menyusun skripsi yang berkaitan dengan pemasaran produk otomotif.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Adhar, M., & Aprianti, K. (2023). Analisis Perbandingan Kualitas Produk Dan Harga Antara Motor KLX Dan CRF di Kota Bima. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(4), 49-62.
file:///C:/Users/DELL/Downloads/Digital+Vol+2+no+4+Desember+2023+hal+49-62.pdf
- Gusandra Saragih, M., Manullang, S. O., & Hutahae, J. (2020). *Marketing Era Digital*. Penerbit Andalan.
https://www.google.co.id/books/edition/Marketing_Era_Digital/tuokEAAAQBAJ?hl=id

&gbpv=1

- Hidayat, A. N., Hanggara, B. T., & Prakoso, B. S. (2021). Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Dompot Digital (Studi Kasus Pada OVO dan DANA). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5(6), 2181-2187. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/jptiik/article/view/9215/4158>
- Indrajaya, Sonny, H & MM. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Kaizen Media Publishing. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/YwIvEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&printsec=frontcover
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. Nas Media Pustaka. https://www.google.co.id/books/edition/KUALITAS_PRODUK_DAN_HARGA_MEMPENGARUHI_M/H9T9EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=kualitas+produk&pg=PA6&printsec=frontcover
- Samirudin. (2023). *Manajemen pemasaran dan nilai pelanggan*. Nas Media Pustaka. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Dan_Nilai_Pelanggan/Wg26EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Wahani, J., Massie, J. D., & Poluan, J. G. (2021). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan antara Go-Jek dan Grab Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1762-1774. <file:///C:/Users/DELL/Downloads/iogi2018,+12.+Jesaya+Wahani.+OK.pdf>
- Widyaningsih, D. (2021). *Statistika Bisnis*. Semarang: Yayasan Prima Agusteknik. [file:///C:/Users/ASUS/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/RVXUC0FQ/\(2021\)%20Widyaningsih%20Statistik%5b1%5d.pdf](file:///C:/Users/ASUS/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/RVXUC0FQ/(2021)%20Widyaningsih%20Statistik%5b1%5d.pdf)