

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP HARGA DAN
ATRIBUT PADA SEPEDA MOTOR SUZUKI SHOGUN
(STUDI KASUS PT. INDO JAKARTA MOTOR GEMILANG CABANG
SEMARANG)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang**



PERPUSTAKAAN	
No. B.	1603 / S / E / 01
Th. Angg.	
PARAP.	TGL. 20.05.03

DISUSUN OLEH :

**NAMA : HERY SUNARKO
NIM : 93.30.1562
NIRM : 93.6.111.02016.50095
JURUSAN : EKONOMI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
FAKULTAS EKONOMI
SEMARANG**

2002

MOTTO

- Tiada kebanggaan yang terlebih besar daripada berhasil melakukan pekerjaan yang menurut orang lain tidak dapat kita lakukan.
- Memulai suatu pekerjaan itu sulit, sebab memerlukan modal, kecakapan, dan kesungguhan hati, tetapi terlebih sulit lagi adalah menyelesaikan pekerjaan yang sudah dikerjakan, sebab memerlukan kesabaran, ketekunan, dan kesungguhan hati.

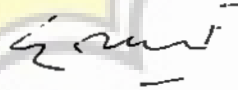


TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA PENYUSUN : HERY SUNARKO
NIM : 93.30.1562
NIRM : 93.6.111.02016.50095
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP
HARGA DAN ATRIBUT PADA SEPEDA
MOTOR SUZUKI SHOGUN (STUDY KASUS
PT. INDO JAKARTA MOTOR GEMILANG
CABANG SEMARANG)**

Semarang, 10 September 2002

Dosen Pembimbing



(Drs.J. Sugiharto)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP HARGA
DAN ATRIBUT PADA SEPEDA MOTOR SUZUKI
SHOGUN (STUDI KASUS PT. INDO JAKARTA
MOTOR GEMILANG)

Disusun oleh :

Nama : HERY SUNARKO

NIM : 93.30.1562

NIRM : 93.6.111.02016.50095

Fakultas : EKONOMI

Jurusan : MANAJEMEN

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan dewan penguji dalam sidang yang
diselenggarakan pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 18 Januari 2003

Mengetahui, Semarang, 18 Januari 2003

PJS Dekan FE



(R.BOWO HARCAHYO, SE, MBA)



Koordinator Penguji



ABSTRAK

Dengan luasnya pangsa pasar konsumen pemakai sepeda motor dalam negeri sekarang ini menimbulkan persaingan antara produsen sepeda motor di dalam negeri. Persaingan pemasaran sepeda motor roda dua sekarang ini sangat ketat. Para produsen sama-sama bersaing untuk menguasai pasaran sepeda motor dalam negeri. Untuk menarik calon konsumen baru pemakai sepeda motor para produsen setiap tahun mengganti rancangan dan model yang terbaru. Penguasaan teknologi untuk dimasukkan dalam rancangan dan model produk sangat diperhatikan oleh setiap produsen sepeda motor, karena dengan penguasaan teknologi produsen mengharapkan tidak akan ketinggalan rancangan dan model produknya dengan produsen lain di dalam negeri. Kondisi seperti ini menjadikan perusahaan atau produsen sepeda motor menuntut untuk dapat terus menerus mengikuti selera konsumen. Pada umumnya konsumen telah melakukan pembelian (*pasca beli*) berkenaan dengan harga dan atribut produk sepeda motor tersebut.

PT. Indo Jakarta Motor Gemilang Semarang sebagai dealer Pusat (*main dealer*) atau distributor utama untuk wilayah Semarang dan sekitarnya bukan merupakan produsen tetapi juga mempunyai kewajiban untuk mengetahui informasi tentang keputusan pembelian konsumen. Lebih jauh lagi PT. Indo Jakarta Motor Gemilang Semarang sebagai distributor atau dealer juga memiliki tanggung jawab untuk melakukan riset pasar bagi perusahaan (*produsen*) berkenaan dengan tingkat pembelian konsumen atas sepeda motor merk Suzuki Shogun

model baru (*keluaran tahun 2001*). Untuk itu peneliti tertarik melakukan penelitian tentang sikap konsumen terhadap harga dan atribut sepeda motor Suzuki Shogun model baru (*keluaran tahun 2001*). Suzuki Shogun sebelumnya juga pernah mengeluarkan produk sepeda motornya dan produk sepeda motor sangat berbeda dengan produk sepeda motor Suzuki Shogun model baru (*keluaran tahun 2001*) baik itu dilihat dari bentuk desain kendaraan, warna serta atribut yang lain. Bagi perusahaan atau produsen sangat penting karena dengan inovasi dari sepeda motor Suzuki mungkin dapat mempertahankan pangsa pasar kendaraan supaya konsumen pemakai produk sepeda motor Suzuki Shogun tidak lari ke produsen sepeda motor sejenis lainnya.

Permasalahan dalam penelitian ini akan diteliti “bagaimanakah sikap konsumen terhadap harga dan atribut sepeda motor Suzuki Shogun model baru keluaran tahun 2001 pada PT. Indo Jakarta Motor Gemilang Semarang”.

Pembatasan masalah yaitu hanya menilai sikap konsumen terhadap harga dan atribut sepeda motor Suzuki Shogun model baru (*keluaran tahun 2001*). Harga dan atribut sepeda motor Suzuki Shogun model baru (*keluaran tahun 2001*) yang diteliti meliputi konsumsi keiritan bahan bakar, desain kendaraan, warna kendaraan, kenyamanan dalam berkendara, tersedianya suku cadang serta keawetan. Berdasarkan survey pendahuluan beberapa harga dan atribut tersebut merupakan atribut yang dianggap penting dan menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam memilih sepeda motor Suzuki Shogun model baru (*keluaran tahun 2001*)

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap atribut sepeda motor Suzuki Shogun model baru (*kefuaran tahun 2001*).

Penelitian ini dilaksanakan di lokasi tempat konsumen membeli sepeda motor Suzuki Shogun yaitu di PT. Indo Jakarta Motor Gemilang yang merupakan dealer pusat (*main dealer*) untuk wilayah Semarang dan sekitarnya yang beralamat di jalan jendral Sudirman no:303 Semarang.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang datang ke kantor dealer utama PT. Indo Jakarta Motor Gemilang Semarang yang beralamat di jalan Jendral Sudirman 303 Semarang untuk kepentingan yang terkait dengan pembelian sepeda motor Suzuki Shogun, dengan rata-rata perbulan terdapat 75 orang yang membeli ke kantor dealer utama PT. Indo Jakarta Motor Gemilang Semarang.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Accidental sampling*, dimana konsumen yang ditemui di kantor perusahaan pada saat penelitian ini dilaksanakan, diambil 90 responden.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus model angka ideal, yang merupakan bagian dari *Multi Attribute Attitude Model (MAM)*. Alat analisis ini digunakan untuk mengukur sikap konsumen secara keseluruhan terhadap harga dan atribut yang diteliti, yaitu :
kehematan BBM, desain, warna, kenyamanan, suku cadang dan keawetan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kasih, yang telah membimbing dan memberkati sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti diliputi luapan perasaan bahagia dan bangga, karena telah berhasil menyelesaikan skripsi ini.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan akademika yang diperlukan dalam menyelesaikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata (UNIKA) Semarang. Adapun judul skripsi saya adalah “ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP HARGA DAN ATRIBUT PADA SEPEDA MOTOR SUZUKI SHOGUN (STUDY KASUS PT. INDO JAKARTA MOTOR GEMILANG CABANG SEMARANG)”.

Selama penelitian ini peneliti banyak mendapat dukungan dari berbagai pihak, untuk itu sudah sepantasnya pula apabila pada kesempatan baik ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang setulusnya kepada berbagai pihak yang memberikan semangat, doa, masukan, waktu serta keterlibatannya, terutama kepada yang terhormat :

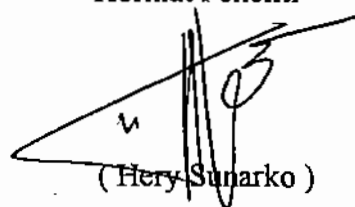
1. Drs. J. Sugiharto selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing dengan penuh kesabaran dan memberikan nasehat yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Thomas Indrajaya , SE selaku Kajur Manajemen Unika Soegijapranata yang berjasa memberikan dukungan dan spirit atas selesainya skripsi ini.

3. Bapak Benny Soetoyo, SE selaku manajer personalia PT. Indo Jakarta Motor Gemilang yang telah memberikan bantuan dan dukungan berupa keterangan-keterangan yang dibutuhkan peneliti.
4. Para pelanggan sepeda motor Suzuki Shogun pada PT. Indo Jakarta Motor Gemilang cabang Semarang selaku responden penelitian yang telah bersedia memberikan keterangan-keterangan yang peneliti butuhkan
5. Bapak, Ibu, kakak dan adikku yang tercinta yang telah memberikan bantuan berupa doa serta semangat dan dukungan kepada peneliti.
6. Sayangku Ariyanti yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa kepada peneliti.
7. Rekanku Sapto dan kakak-kakaknya serta rental komputernya yang telah memberikan dukungan materil kepada peneliti.
8. Rekan – rekan yang lain yang telah banyak memberikan bantuan kepada peneliti yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Akhirnya peneliti kembali kepada Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang sebab dengan berkat-Nya yang menyebabkan skripsi ini dapat selesai dan terwujud. Biarlah skripsi ini bermanfaat bagi peneliti dan perusahaan yang diteliti dan ailmater sesuai dengan apa yang peneliti harapkan.

Semarang, 10 September 2002

Hormat Peneliti



(Hery Sunarko)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12

2.1.2	Pengertian Sikap	13
2.1.3	Ciri Sikap	14
2.1.4	Sifat Dari Sikap	15
2.1.5	Pembentukan Dari Sikap	16
2.1.6.1	Peranan Pengalaman Langsung.....	16
2.1.6.2	Peranan Pengalaman Tak Langsung	17
2.1.7	Hubungan Sikap Perilaku	17
2.1.8	Proses Keputusan Konsumen	19
2.1.9	Pengertian Sikap Konsumen	21
2.1.10	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen	22
2.1.11	Model Sikap Multitribut	23
2.2	Kerangka Pikir	27
BAB III MODEL PENELITIAN		31
3.1	Kerangka Pikir	31
3.2	Populasi	31
3.3	Sampel	32
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	33
3.5	Jenis Data	33
3.6	Metode Pengambilan	34
3.7	Skala Pengukuran	34
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.9	Teknik Analisi Data	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Kerangka Pikir	42
4.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	43
4.3 Responden Menurut Jenis Pekerjaan	43
4.4 Jumlah Responden Menurut Umur	44
4.5 Responden Menurut Jumlah Penghasilan Per-bulan	45
4.6 Responden Menurut Pendidikan Terakhir	46
4.7 Analisis Hasil Penelitian	47
4.8 Memberikan Bobot untuk Masing-masing Atribut	47
4.9 Urutan Kepentingan Atribut	49
4.10 Menghitung Ideal dan Belief	52
4.11 Menghitung Sikap Konsumen terhadap harga dan Atribut Motor Suzuki Shogun.....	60
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data penjualan Suzuki Shogun untuk wilayah Semarang dan sekitarnya periode tahun 1998-2001 (dalam unit)	5
Tabel 1.2. Data persaingan penjualan sepeda motor bebek empat tak untuk wilayah Semarang dan sekitarnya periode tahun 1998-2001	7
Tabel 3.1. Hasil uji Validitas pernyataan Ideal	36
Tabel 3.2. Hasil uji Validitas pernyataan Belief	37
Tabel 4.1. Jumlah responden menurut jenis kelamin	43
Tabel 4.2. Jenis pekerjaan responden	44
Tabel 4.3. Jumlah responden berdasarkan umur	44
Tabel 4.4. Jumlah responden berdasarkan tingkat pendapatan	45
Tabel 4.5. Jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir	46
Tabel 4.6. Urutan kepentingan dan bobot	48
Tabel 4.7. Tingkat urutan kepentingan atribut	49
Tabel 4.8. Urutan kepentingan dan bobot atribut	50
Tabel 4.9. Perhitungan Ideal dan Belief harga	53
Tabel 4.10. Perhitungan Ideal dan Belief atribut keiritan BBM	54
Tabel 4.11. Perhitungan Ideal dan Belief atribut desain	55
Tabel 4.12. Perhitungan Ideal dan Belief atribut warna	56
Tabel 4.13. Perhitungan Ideal dan Belief atribut kenyamanan	57
Tabel 4.14. Perhitungan Ideal dan Belief atribut suku cadang	57
Tabel 4.15. Perhitungan Ideal dan Belief atribut keawetan	58
Tabel 4.16. Rata-rata Belief dan Ideal atas sepeda motor Suzuki Shogun	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tahap-tahap dalam proses keputusan konsumen	21
Gambar 2.2. Kerangka pikir	28



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Pendahuluan.
- Lampiran 2. Daftar Kuesioner.
- Lampiran 3. Data Tabulasi Gambaran Umum Responden.
- Lampiran 4. Data Entry Kuesioner Atas Ideal
- Lampiran 5. Data Entry Kuesioner Atas ideal (Data Transfer SPSS).
- Lampiran 6. Distribusi Frekuensi Kuesioner Atas Ideal (Output Data SPSS).
- Lampiran 7. Nilai Validitas dan Reliabilitas Atas Ideal (Output Data SPSS).
- Lampiran 8. Data Entry Kuesioner Atas Belief
- Lampiran 9. Data Entry Kuesioner Atas Belief (Output Data .SPSS)
- Lampiran 10. Distribusi Frekuensi Kuesioner Atas Belief (Output Data SPSS).
- Lampiran 11. Nilai Validitas dan Reliabilitas Atas Belief (Output Data SPSS).
- Lampiran 12. Tabel nilai-nilai r product moment.
- Lampiran 13. Data Input Urutan Kepentingan
- Lampiran 14. Data Output Frekuensi Urutan Kepentingan