

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN
TERHADAP ATRIBUT-ATRIBUT SEPEDA MOTOR
HONDA New SUPRA FIT 100 CC DI WILAYAH SEMARANG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh
gelar kesarjanaan S-1
pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang**



**Disusun oleh :
AGUS BUDIONO
03.30.0195**

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2008**

ABSTRAKSI

HONDA New SUPRA FIT 100 CC merupakan salah satu produk sepeda motor yang diproduksi oleh PT.ASTRA HONDA MOTOR (AHM). Persaingan dibidang otomotif, khususnya kendaraan bermotor roda dua sangatlah ketat, sehingga persaingan ini membuat konsumen semakin selektif dalam memilih dan membeli kendaraan bermotor roda dua dengan memperhatikan keunggulan dan kelemahannya. Dalam menghadapi persaingan yang ketat itu perusahaan dituntut untuk memahami siapa yang membeli, apa yang mereka dibeli dan mengapa mereka membeli, dengan kata lain bagaimana perilaku konsumen dengan membuat dan mempelajari sikap konsumen, sehingga perusahaan akan lebih mudah dalam memilih dan menerapkan strategi yang tepat untuk memasarkan produknya, selain itu analisis sikap konsumen dapat juga digunakan sebagai alat untuk melihat peluang-peluang baru yang ada ataupun mengatasi persaingan yang semakin ketat. Maka peneliti tertarik untuk mengambil judul skripsi ini yaitu “Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut-atribut Sepeda Motor HONDA New SUPRA FIT 100 CC di Wilayah Semarang”.

Obyek penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan sepeda motor khususnya sepeda motor dengan merek HONDA New SUPRA FIT 100 CC, yang berada di wilayah Semarang. Sedangkan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive* sampling, yaitu dalam menentukan sampel peneliti menggunakan pertimbangan subyektif untuk memilih anggota populasi dengan ciri tertentu, yaitu konsumen

yang memiliki dan menggunakan sepeda motor merek HONDA New FIT 100 CC di wilayah Semarang. Serta jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 100 orang.

Dari hasil penelitian serta pengujian yang telah dilakukan dengan metode fishbein maka diperoleh hasil bahwa interpretasi sikap konsumen terhadap keseluruhan atribut produk adalah netral yaitu total skor 286,95. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa responden mengkategorikan sepeda motor HONDA New Supra Fit 100 CC sebagai sebuah sepeda motor yang bisa dikatakan belum dan bisa dikatakan sudah memenuhi kriteria responden tentang produk sepeda motor yang baik.

Pada kedelapan atribut tersebut yang mempunyai nilai netral, atribut-atribut tersebut pada sepeda motor HONDA New SUPRA FIT 100 CC, dapat dikatakan belum dan dapat pula dikatakan sudah dalam memenuhi kriteria responden tentang atribut produk suatu sepeda motor yang baik. Atau bisa jadi kedelapan atribut tersebut untuk sekarang ini belum menjadi daya tarik tersendiri pada konsumen terhadap sepeda motor HONDA New SUPRA FIT 100 CC. Saran untuk PT.ASTRA HONDA MOTOR (AHM) sebagai produsen sepeda motor HONDA New SUPRA FIT 100 CC sebaiknya kedelapan atribut tersebut dalam jangka pendek atau tiap tahun sekali perlu dikembangkan atau melakukan inovasi sehingga sangat memungkinkan suatu waktu nanti kedelapan atribut tersebut bisa menjadi daya tarik tersendiri pada konsumen terhadap sepeda motor HONDA New SUPRA FIT 100 CC. Hal tersebut nantinya juga untuk menjamin sikap konsumen mengarah ke arah positif.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran.....	12
2.2 Konsep Pemasaran.....	12
2.3 Sikap Konsumen.....	13
2.3.1 Sifat dari Sikap Konsumen.....	13
2.3.2 Komponen dari Sikap Konsumen.....	14
2.3.3 Fungsi dari Sikap.....	16
2.3.4 Pembentukan Sikap.....	16
2.3.5 Sikap Terhadap Obyek.....	17
2.4 Perilaku Konsumen.....	18
2.4.1 Berbagai Macam Peranan dalam Perilaku Konsumen.....	19
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen....	19
2.4.3 Produk.....	20

2.5 Hubungan Sikap dengan Perilaku.....	21
2.6 Model Sikap Multiatribut.....	24
2.7 Kerangka Pikir.....	25
2.8 Definisi Operasional.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian.....	31
3.2 Populasi.....	31
3.3 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.4 Jenis Data.....	32
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.6.1 Uji Validitas.....	33
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.7 Analisis Pengukuran Sikap Terhadap Kondisi Belief dan Evaluasi.....	38
3.8 Teknik Analisis Data.....	39
3.9 Interpretasi Sikap.....	43
3.9.1 Interpretasi Sikap Konsumen Terhadap Tiap Atribut.....	43
3.9.2 Interpretasi Sikap Konsumen secara Keseluruhan Terhadap Atribut Produk.....	45

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden.....	46
4.1.1 Kelompok Responden berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia Responden.....	46
4.1.2 Kelompok Responden berdasarkan Usia dan Pendapatan Responden.....	47
4.1.3 Kelompok Responden berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan Responden.....	48

4.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	50
4.2.1 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pernyataan Belief terhadap Atribut-atribut Sepeda Motor HONDA New SUPRA FIT 100 CC.....	50
4.2.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pernyataan Belief terhadap Atribut-atribut Sepeda Motor HONDA New SUPRA FIT 100 CC.....	62
4.3 Tanggapan Responden terhadap Kondisi Evaluasi dan Kondisi Belief.....	74
a. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Daya Mesin yang Bandel.....	75
b. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Daya Mesin yang Awet.....	76
c. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Daya Mesin yang Sudah Teruji.....	77
d. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Pemakaian Bahan Bakar yang Cukup Irit.....	78
e. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Fasilitas Bagasi.....	79
f. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Variasi Body yang Beragam.....	80
g. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Variasi Body yang Berkelas.....	80
h. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Variasi Body yang Modern.....	81
i. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Mesin yang Ramah Lingkungan.....	82
j. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Lampu Depan dan Belakang yang Lebih Mewah.....	83
k. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Lampu Depan dan Belakang yang Tampil Sein Trendy.....	84

l. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Striping / Stiker yang Lebih Tampil Mentereng.....	85
m. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Desain Body Motor yang Terkesan Ramping.....	85
n. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Garansi Mesin 3 Tahun.....	86
o. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Sokbreker yang Kokoh.....	87
p. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Sokbreker yang Awet.....	88
q. Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Sokbreker yang Nyaman.....	89
r. Seluruh Tanggapan Responden Terhadap Kondisi Evaluasi dan Belief atas Atribut-atribut Sepeda Motor.....	90
4.4 Skor Total Sikap Konsumen terhadap variabel Produk.....	91

BAB IV PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN