

28.5036

fm

9.

ANALISIS PERBEDAAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK SEPEDA MOTOR

(Studi Kasus pada Mahasiswa Unika Soegijapranata di Semarang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan

Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang



Diusun Oleh :

Nama : Freddy Harto Atmodjo
NIM : 94.30.2018
NIRM : 94.6.111.02018.50213
Jurusan : Manajemen

| | | |
|---|-----------|---------------------------|
|  PERPUSTAKAAN | No. INV. | 486 / E / 01. |
| | Th. Angg. | 1998 / 1999. Cat : COM 99 |
| | PARAP. | WAWAH. TGL. 13-3-1999. |

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
1999**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : FREDDY HARTO ATMODJO
N I M : 94.30.2018
NIRM : 94.6.111.02016.50213
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : ANALISIS PERBEDAAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MERK
SEPEDA MOTOR. (Studi Kasus pada Mahasiswa Unika
Soegijapranata Semarang)



Disetujui di Semarang

Pada tanggal :

Pembimbing I

Dra. YOESTINI, MSi

Pembimbing II

B. KARNO B, SE, MM

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

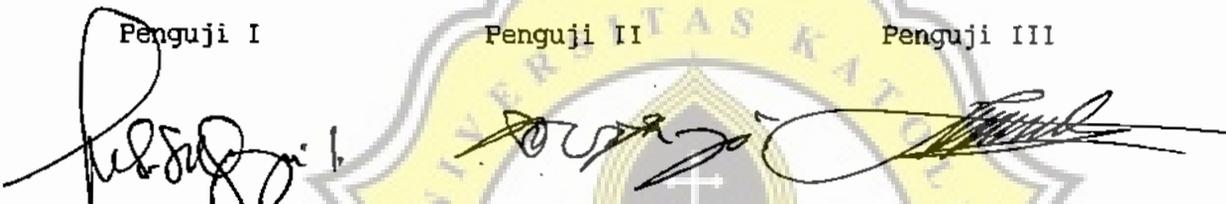
Skripsi ini diterima dan disetujui oleh panitia penguji dalam sidang :

H a r i : Sabtu

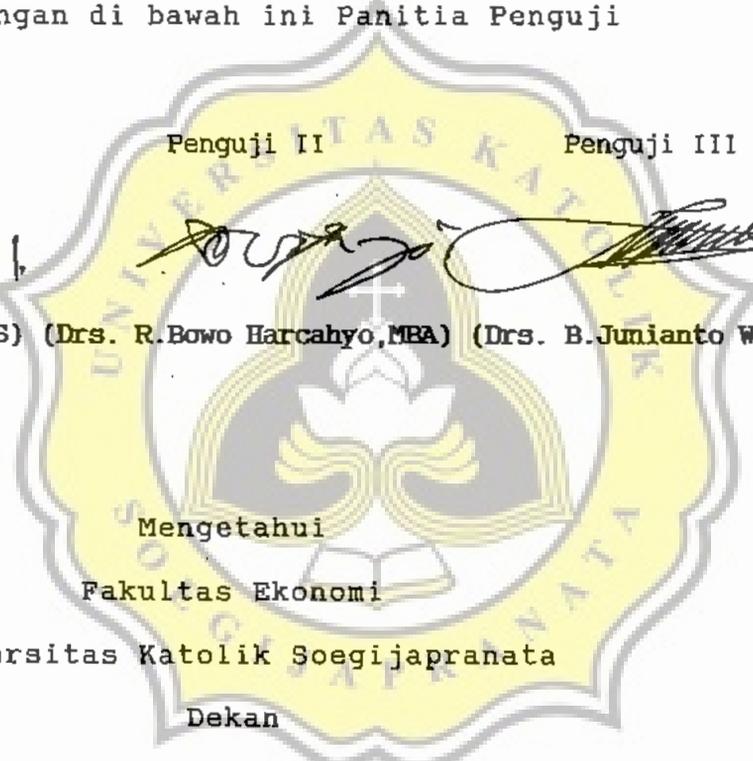
Tanggal : 13 Februari 1999

Yang bertanda tangan di bawah ini Panitia Penguji

Penguji I Penguji II Penguji III



(Drs. FX. Sugianto, MS) (Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA) (Drs. B. Junianto W, MSM)



Mengetahui
Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Dekan

(Komala Inggarwati, SE, MM)

ABSTRAK

Sejalan dengan makin berkembangnya teknologi maka diharapkan pembangunan dapat ditingkatkan pula. Saat ini pemerintah giat melakukan pembangunan di segala bidang termasuk bidang transportasi.

Sampai saat ini pembangunan dalam bidang transportasi mengalami perkembangan sejalan dengan kompleksnya kebutuhan dan keinginan masyarakat. Salah satu aspek penting yang menunjang bidang transportasi adalah industri sepeda motor sehingga banyak pengusaha yang menanamkan modalnya dalam industri ini.

Dengan makin berkembangnya industri sepeda motor akan menimbulkan persaingan diantara perusahaan sejenis dan masing-masing perusahaan bersaing untuk menguasai pasar. Dalam situasi yang demikian apabila perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu berubah. Untuk dapat memenangkan persaingan di pasar, perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan dan keinginan yang harus dipuaskan sebagai akibat berubahnya taraf kehidupan yang terjadi di masyarakat.

Selain kemampuan untuk beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi dalam pasar, perusahaan juga harus mempunyai cara atau taktik yang merupakan alat untuk memenangkan persaingan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam upaya menawarkan produk kepada konsumen adalah mengikuti dari selera konsumen dengan menawarkan jenis-jenis produk yang dapat mengikuti selera masyarakat.

Dengan mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen serta mengetahui faktor-faktor apakah yang menyebabkan konsumen mengadakan pembelian terhadap sepeda motor merek tertentu, akan mempermudah perusahaan untuk menentukan kebijakannya secara efektif dan efisien. Menurut Kotler keputusan pembelian dipengaruhi oleh produk, harga, tempat dan fasilitas. Dengan demikian diharapkan dapat membantu atau mempermudah pencapaian tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Perusahaan juga harus melakukan pengembangan produk baru yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Perusahaan harus mengetahui pasti tentang perilaku konsumennya dalam memilih suatu merek sepeda motor. Faktor-faktor yang menyebabkan konsumen memilih merek tertentu misalkan produknya, harga, tempat dan promosi. Faktor-faktor tersebut dapat dipertimbangkan jika perusahaan sepeda motor ingin mengembangkan produk. Dengan adanya pengembangan produk ini diharapkan tidak membuat jenuh konsumen terhadap suatu merk sepeda motor.

Dalam membeli sebuah produk konsumen melalui lima tahap proses pembelian yaitu (1) pengenalan kebutuhan; (2) pencarian informasi yang meliputi faktor produk, harga, tempat dan promosi; (3) evaluasi alternatif; (4) keputusan pembelian; (5) perilaku setelah pembelian.

Dari tahun ke tahun banyaknya Sepeda Motor semakin meningkat tetapi hal ini juga diimbangi oleh penawaran berbagai merek oleh para produsen, maka dari hal ini penulis tertarik mengambil judul "ANALISIS PERBEDAAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK SEPEDA MOTOR" (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unika Soegijapranata di Semarang)

Adapun persoalan yang ingin diteliti berkaitan dengan faktor produk, harga, tempat dan fasilitas adalah seberapa besar faktor-faktor dari 4 P yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk masing-masing merek.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan keputusan pembelian sepeda motor untuk masing-masing merek.

Hipotesa yang diajukan dalam penelitian ini, apakah pertimbangan masing-masing responden untuk membeli merek yang berbeda dengan responden lain berbeda satu dengan yang lainnya; dilihat dari perkembangan 4 P.

Dalam penelitian ini populasi yang dipilih adalah para mahasiswa Unika Soegijapranata Semarang, dengan pertimbangan bahwa peneliti merupakan mahasiswa fakultas EKonomi Manajemen Unika Soegijranata Semarang sehingga kesemuanya ini memudahkan dalam perolehan data. Dari populasi yang ada sebesar 3000 orang diambil sampel untuk penelitian sebanyak 97 responden.

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati, dan dicatat untuk pertama kali. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang telah disusun dan diisi oleh responden.

Agar data yang diperoleh dapat memberikan kesimpulan maka diperlukan analisa data. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa kualitatif dan analisa kuantitatif. Analisa kualitatif tidak memerlukan perhitungan statistik, tetapi hanya dianalisis berdasarkan skor atribut atas data yang diperoleh berkenaan dengan penilaian pelanggan atas produksi, harga, tempat dan promosi. Analisa kuantitatif adalah analisa data dalam bentuk angka-angka dan pembahasannya melalui perhitungan statistik berdasarkan total skor jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner dengan berpedoman pada skala likert, uji validitas dan uji reliabilitas.

Dari hasil pengujian validitas didapatkan hasil bahwa semua pertanyaan yang ada didalam kuesioner adalah valid karena r hitung $>$ r tabel sehingga dapat digunakan untuk analisa lebih lanjut. Dari hasil perhitungan reliabilitas diketahui bahwa semua variabel dalam

penelitian ini sangat reliabel karena besarnya nilai r mendekati satu.

Dari hasil analisa Kruskal Wallis untuk variabel produk terdapat perbedaan penilaian konsumen yaitu terletak pada sepeda motor merek Vespa, dimana sebagian besar responden memberikan penilaian dalam kategori jelek. Hal ini dikarenakan sepeda motor Vespa bentuknya kurang menarik. Untuk variabel harga terdapat perbedaan penilaian konsumen yaitu terletak pada sepeda motor merek Suzuki, dimana sebagian besar responden memberikan penilaian dalam kategori jelek, hal ini dikarenakan harga jual kembali sepeda motor Suzuki rendah. Untuk variabel tempat ada perbedaan penilaian konsumen yaitu terletak pada sepeda motor merek Yamaha dan Vespa. Sedangkan untuk promosi juga terdapat perbedaan penilaian konsumen yaitu terletak pada sepeda Motor Vespa.

Kesimpulan yang diperoleh di atas yaitu terdapat perbedaan penilaian konsumen atas variabel produk, harga, tempat dan promosi. Melihat permasalahan yang ada serta hasil dari penelitian yang dilakukan maka peneliti ingin memberikan beberapa saran untuk masing-masing merek sepeda motor.

1. Bagi sepeda motor Honda dan Kawasaki tanggapan responden sudah positif dan sudah mampu bersaing dengan merek lain, sehingga prestasi ini perlu ditingkatkan baik dalam produksi, harga, tempat dan promosi.
2. Bagi sepeda motor Yamaha perlu untuk lebih mempertimbangkan tempat service dan tempat jual beli.
3. Bagi sepeda motor Suzuki perlu diperhatikan terutama faktor harga jualnya kembali supaya tidak terlalu rendah harganya.
4. Bagi sepeda motor Vespa perlu peningkatan pada faktor produksinya terutama bentuknya dibuat supaya lebih menarik.

PRAKATA

KasihNya membuat penulis bersemangat dalam keputusan, pimpinan dan penyertaannya membuat penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk itu tak ada yang lebih pantas selain dengan segala kerendahan hati penulis panjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kasih, yang telah berkenan turut serta dalam tiap usaha yang penulis lakukan seperti yang dijanjikanNya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Skripsi ini tercipta selain karena berkat dan anugerahnya, juga karena dukungan dan bantuan serta kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Komala Inggarwati, SE, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi beserta staf Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis kuliah.
2. Ibu Dra. Yoestini, MSi, selaku pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan sarana yang memungkinkan penulis menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak B. Karno B, SE, MM. selaku pembimbing kedua dan selaku wali studi yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, perhatian dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Kepala Satpam dan rekan-rekan satpam yang telah memberikan izin untuk mengadakan survey di lapangan parkir UNIKA Soegijapranata Semarang.
5. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi responden dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ayah, Ibu, Kakakku Eddy, Ferry, adikku yang telah memberikan semangat dan dukungan doa serta kasih yang tak pernah berkesudahan selama penulis menempuh studi dan menyusun skripsi.
7. Yang tercinta Jeanny serta yang terkasih Yoselyn yang telah memberikan dorongan semangat dan kasih serta perhatian selama penelitian hingga selesainya skripsi ini.
8. Bagus, Kawulan, Lanny, Ivon, Sabar, Ronny, Agus, dan di AGATA Komputer Agung, Pipin, Hoho yang telah banyak membantu penulis selama penelitian hingga tersusunnya skripsi ini.
9. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| ABSTRAK (INTISARI) | iv |
| PRAKATA | vii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I. PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah dan Pembatasan Masalah | 3 |
| 1.2.1. Perumusan Masalah | 3 |
| 1.2.2. Batasan Masalah | 4 |
| 1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 4 |
| 1.3.1. Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.3.2. Kegunaan Penelitian | 4 |
| 1.4. Sistematika Penulisan | 5 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1. Tinjauan Pustaka | 6 |
| 2.1.1. Pengertian Pemasaran | 6 |
| 2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran | 7 |
| 2.1.3. Konsep Pemasaran | 8 |
| 2.1.4. Pengertian Perilaku Konsumen | 10 |
| 2.1.5. Model Perilaku Konsumen | 11 |

| | |
|--|----|
| 2.1.6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen | 13 |
| 2.1.7. Proses Keputusan Pembelian ... | 17 |
| 2.1.8. Proses Pembelian Konsumen | 19 |
| 2.2. Kerangka Pikir | 21 |
| 2.3. Hipotesis | 22 |
| 2.4. Definisi Operasional | 22 |

BAB III. METODA PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1. Lokasi Penelitian | 26 |
| 3.2. Populasi dan Sampel | 26 |
| 3.3. Jenis dan Metoda Pengumpulan Data ... | 27 |
| 3.3.1. Jenis Data | 27 |
| 3.3.2. Metoda Pengumpulan Data | 28 |
| 3.4. Penskalaan dan Pengujian Validitas-Reliabilitas | 29 |
| 3.4.1. Skala Likert | 29 |
| 3.4.2. Validitas dan Reliabilitas ... | 29 |
| 3.5. Metode Analisis Data | 32 |
| 3.5.1. Mean Skor | 32 |
| 3.5.2. Analisis Varian Ranking Satu Arah Kruskal-Wallis | 35 |

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1. Atribut Merek Sepeda Motor Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki dan Vespa berkenaan dengan Produk, Harga dan Promosi | 37 |
| 4.1.1. Atribut Sepeda Motor Honda ... | 37 |

| | |
|--|----|
| 4.1.2. Atribut Sepeda Motor Yamaha .. | 38 |
| 4.1.3. Atribut Sepeda Motor Suzuki .. | 39 |
| 4.1.4. Atribut Sepeda Motor Kawasaki. | 40 |
| 4.1.5. Atribut Sepeda Motor Vespa ... | 41 |
| 4.2. Tanggapan Responden terhadap Produk, Harga, Tempat dan Promosi | 42 |
| 4.2.1. Tanggapan responden terhadap Produk | 42 |
| 4.2.2. Tanggapan responden terhadap Harga | 55 |
| 4.2.3. Tanggapan responden terhadap Tempat | 59 |
| 4.2.4. Tanggapan responden terhadap Promosi | 63 |
| 4.3. Hasil Uji Perbedaan Penilaian Konsumen terhadap Faktor Produk, Harga, Tempat dan Promosi menggunakan Kruskal-Wallis..... | 69 |
| BAB V. PENUTUP | |
| 5.1. Kesimpulan | 70 |
| 5.2. Saran | 73 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Kuesioner
- Lampiran II : Tabulasi Survey
- Lampiran III : Hasil Uji Validitas dan Rentability
- Lampiran IV : Hasil Perhitungan Kruskal-Wallis
- Lampiran V : Daftar Tabel



nologi
pula.
an di

bidang
dengan
rakat.
bidang
hingga
dalam

sepeda
erusa-
rsaing
nikian
sungan
utuhan
Untuk
sahaan
bahan
bagai
di di