

SKRIPSI

Yohanes David Agoestinoes

ANALISIS PENGARUH SIKAP KONSUMEN PADA ATRIBUT PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEBEK
MERK HONDA TIPE SUPRA X DI PT. MITRA
PINASTHIKA MUSTIKA SURABAYA

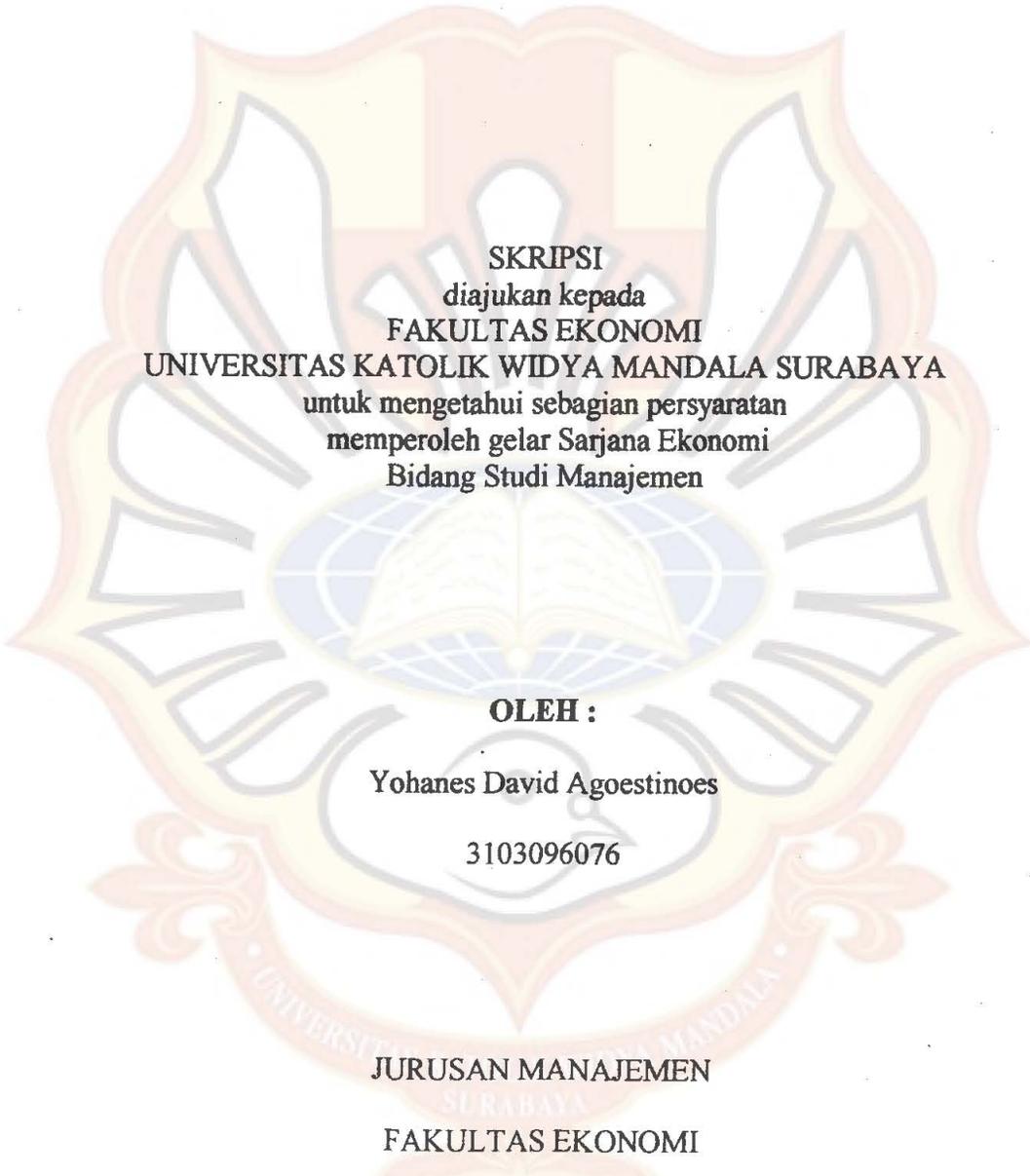


No. INDUK	3015/01
TGL TERIMA	01 NOV 2001
B.E.T HADI H	
No. BUKU	FE-11 Ago a-1
P KE	1 (satu)

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2001

ANALISIS PENGARUH SIKAP KONSUMEN PADA ATRIBUT PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEBEK MERK
HONDA TIPE SUPRA X DI PT. MITRA PINASTHIKA MUSTIKA SURABAYA



SKRIPSI
diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk mengetahui sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen

OLEH :

Yohanes David Agoestinoes

3103096076

JURUSAN MANAJEMEN
SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

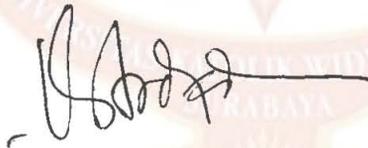
Mei 2001

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Atibut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bebek Merek Honda Di PT. Mitra Pinasthika Mustika Surabaya yang ditulis oleh Yohanes David Agoestinoes telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



Pembimbing I: TRI HARJONO, Drs.Ec.



Pembimbing II: MARGARETHA ARDHANARI, SE.M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Yohanes David Agoestinoes NRP 3103096076

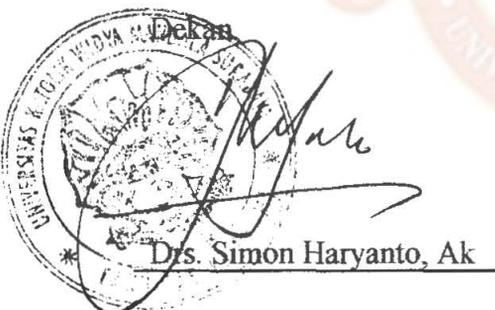
Telah disetujui pada tanggal...20-03-2001 Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji:

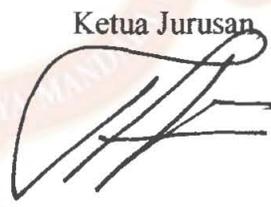


DR. Soedjono Abipriaja

Mengetahui:



Dekan
Drs. Simon Haryanto, Ak

Ketua Jurusan

Drs. N. Agus Sunaryano, MM

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karuniaNya, akhirnya penelitian dan penulisan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH SIKAP KONSUMEN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEBEK MEREK HONDA TIPE SUPRA X DI PT. MITRA PINASTHIKA MUSTIKA SURABAYA” dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyelesaian penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak dibantu oleh berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini akan penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Pembimbing skripsi satu, Tri Harjono, Drs.Ec. yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Pembimbing skripsi dua, Margaretha Ardhanari, SE.M.Si yang telah berkenaan meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi, dan memberikan masukan dan saran-saran hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Dra. Christina Esti Susanti yang telah berkenaan meluangkan waktu untuk membantu dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

4. Seluruh staf dan karyawan perpustakaan Universitas Widya Mandala yang telah banyak membantu penulis dalam penyediaan kepustakaan yang berkaitan. Juga seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala.
5. Papa, Mama, Adik, dan saudara-saudara yang telah banyak memberikan doa dan dukungan baik berupa materiil maupun spirituil dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Saudara Elizabeth, orang yang paling saya kasihi yang telah banyak memberikan dorongan dan semangat, mengorbankan waktu dan tenaganya, serta menemani penulis dalam suka maupun duka sehingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Ibu Listya yang telah banyak membantu baik dalam memberikan informasi tentang data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini, serta telah banyak meluangkan waktu dan tenaganya dalam membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Sahabat dan teman penulis yang telah mendorong dan membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan ini. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun diharapkan dapat membantu penyempurnaan skripsi ini.

Surabaya, maret 2001

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAKSI	viii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Skripsi	5
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	10
2.3. Hipotesis	34
BAB 3 : METODE PENELITIAN	36
3.1. Desain Penelitian	36
3.2. Identifikasi Variabel	36

3.3. Definisi Operasional	37
3.4. Jenis dan Sumber Data	38
3.5. Pengukuran Data	39
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	41
3.7. Target dan Karakteristik Populasi	42
3.8. Teknik Pengambilan Sampel	43
3.9. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	44
BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Gambaran Umum perusahaan	49
4.2. Deskripsi Data	53
4.3. Analisis Data	60
4.4. Pembahasan	70
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN	75
5.1. SIMPULAN	75
5.2. SARAN	76
DAFTAR KEPUSTAKAAN	78
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Perbedaan Konsep penjualan dan Konsep Pemasaran	13
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi proses Keputusan Pembelian	29



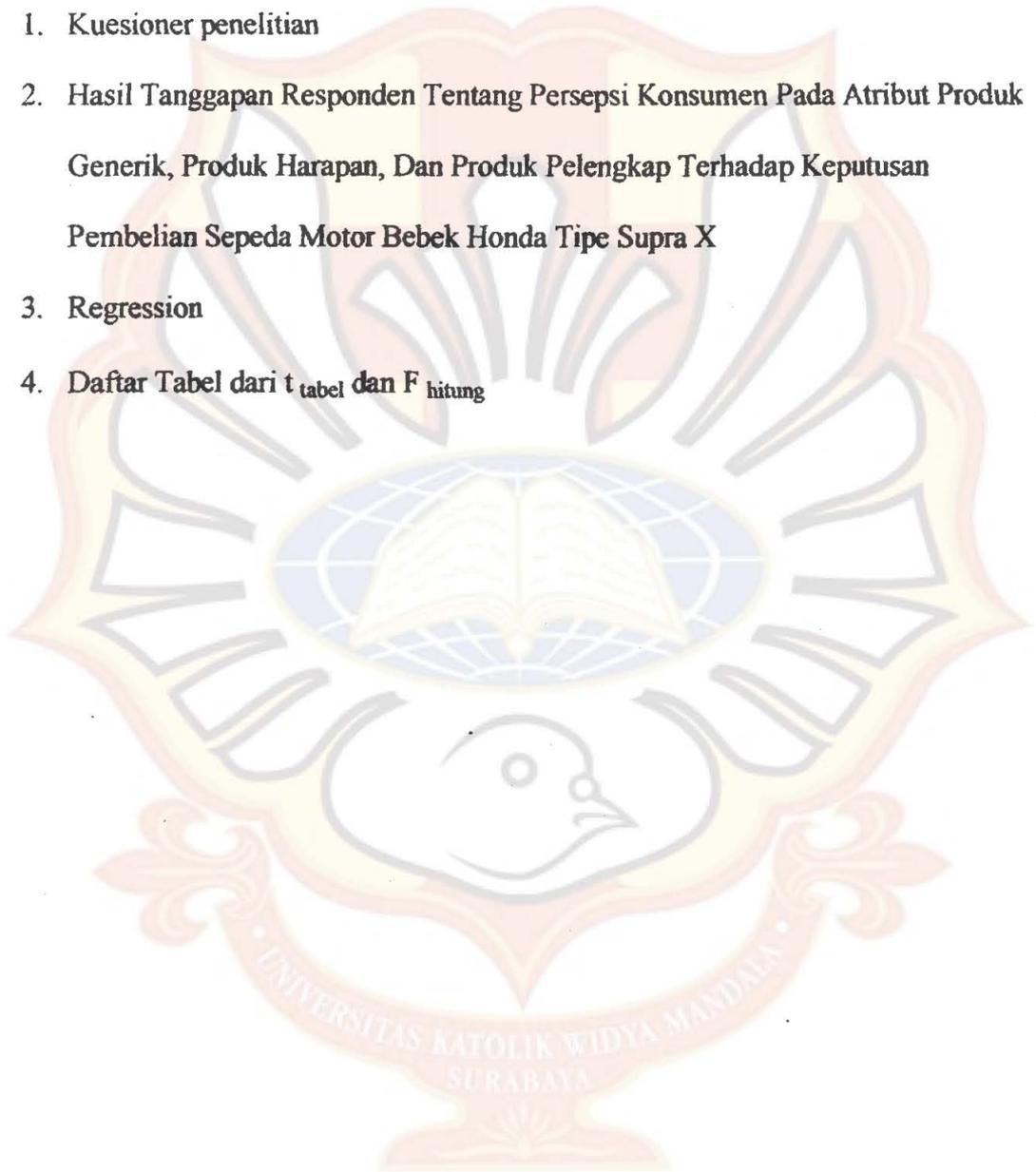
DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perbedaan Dan Persamaan Antara Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Yang Akan Dilakukan	9
2. Data Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk Generik Sepeda Motor bebek Honda Tipe Supra X	55
3. Data Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk Harapan Sepeda Motor bebek Honda Tipe Supra X	56
4. Data Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk Pelengkap Sepeda Motor bebek Honda Tipe Supra X	57
5. Data Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor bebek Honda Tipe Supra X	58
6. Hasil Tanggapan Responsen Secara Keseluruhan Terhadap Atribut Produk Generik, Produk Harapan, Produk Pelengkap dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bebek Tipe Supra X Di PT. MPM. Surabaya	58
7. Hasil Perhitungan Regresi Berganda	63
8. Analisis Variance	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner penelitian
2. Hasil Tanggapan Responden Tentang Persepsi Konsumen Pada Atribut Produk Generik, Produk Harapan, Dan Produk Pelengkap Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bebek Honda Tipe Supra X
3. Regression
4. Daftar Tabel dari t tabel dan F hitung



ABSTRAKSI

Salah satu sepeda motor yang terkenal di negara kita adalah sepeda motor merk Honda. Untuk dapat menghadapi persaingan dengan merk-merk lain yang mempunyai tipe mesin yang sama, yaitu 4 tak, perusahaan Honda harus dapat melihat kebutuhan dan keinginan konsumen untuk saat ini dan waktu mendatang. Salah satu hal yang menyebabkan naiknya permintaan ini adalah karena selain iritnya bahan bakar, juga perawatannya yang cukup mudah karena bengkel dan *dealer* resmi Honda cukup banyak dan didukung oleh montir-montir yang cukup berpengalaman dengan suku cadangnya yang mudah diperoleh.

Untuk menarik perhatian konsumen akan kebutuhannya itu Honda mengeluarkan produk Supra X yang menjadi produk andalan bagi Honda, karena produk sepeda motor Honda tipe Supra X ini dilengkapi dengan Rim Cakram, dan desain millenium yang sangat menarik, serta bentuk body sepeda motor yang futuristik. Oleh karena itu Supra X ini dilengkapi dengan atribut-atribut produknya yang meliputi produk generik, produk harapan, dan produk pelengkap yang membentuk produk Supra X itu sendiri. Dengan dikeluarkannya produk ini diharapkan dapat menarik persepsi konsumen yang positif terhadap kebutuhannya dan memutuskan untuk membelinya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui apakah sikap konsumen pada atribut produk berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian sepeda motor bebek merk Honda tipe Supra X dan atribut produk manakah yang pengaruhnya dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor bebek merk Honda tipe Supra X. Setelah mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden, kemudian melakukan perhitungan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi berganda, dan analisis koefisien korelasi berganda, maka dapat diketahui bahwa hasil perhitungan koefisien determinasi berganda adalah sebesar 0,697, yang berarti bahwa kemampuan atribut produk generik, produk harapan, dan produk pelengkap untuk menjelaskan keputusan pembelian adalah sebesar 69,7%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil yang menunjukkan besarnya hubungan maupun kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen dapat dikatakan kuat. Hasil perhitungan koefisien korelasi produk generik sebesar 0,691, koefisien korelasi produk harapan sebesar 0,045 dan koefisien korelasi produk pelengkap sebesar 0,408. Dari hasil korelasi ini dapat diketahui bahwa atribut produk generik memberikan pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor bebek Honda tipe Supra X bila dibandingkan dengan produk harapan dan produk pelengkap.