

ABSTRAK

Perkembangan dunia industri, khususnya industri otomotif sangat pesat. Hal ini ditandai dengan tingginya permintaan akan kendaraan bermotor khususnya sepeda motor. Kendaraan bermotor yang sangat dibutuhkan masyarakat saat ini adalah sepeda motor. Hal ini disebabkan karena kondisi jalan raya yang sangat padat sehingga membuat masyarakat memilih sepeda motor yang dianggap lebih efisien dan dapat mempermudah. Selain itu kondisi perekonomian saat ini juga membuat masyarakat memilih sepeda motor karena biaya yang dikeluarkan dengan menggunakan sepeda motor jauh lebih kecil dari pada mobil.

Salah satu perusahaan sepeda motor yang sudah lama ada di Indonesia yaitu AHM (Astra Honda Motor) yang melihat kesuksesan yang diraih persaingan pesaing Honda yaitu Yamaha dengan mengelurakan produk terbarunya yaitu Yamaha Mio yang sangat laku dan diterima pasar, maka Honda pun ikut bermain di kelas motor automatic dengan meluncurkan Honda Beat. Yang tidak jauh berbeda dengan pendahulunya yaitu Honda Vario. Honda Beat ditujukan lebih untuk kaum muda dan wanita, karena desain body yang lebih ramping dibandingkan Honda Vario. Honda Beat merupakan Motor *matic* yang berbeda dengan motor *matic* yang dikeluarkan oleh para pesaingnya seperti adanya *side stand switch*, *Parking brake lock*, lebih irit. Akan tetapi setelah dilakukan Preliminary research diketahui bahwa responden tidak terlalu tertarik dengan diferensiasi yang dilakukan oleh Honda dan mereka pun tidak terlalu tertarik untuk membeli Honda Beat. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Atribut Produk Honda Beat Terhadap Niat Beli.**“

Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur. Analisis dapat dilakukan secara kualitatif yaitu dengan menggunakan analisis distribusi frekuensi sederhana sedangkan metode kuantitatif menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS 12.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan dari atribut produk terhadap niat beli Honda Beat. Dari delapan variable X, diketahui hanya ada 2 variable yang mempengaruhi niat beli secara signifikan, yaitu *reliability* dan *style and design* yaitu sebesar 6.69% niat beli dipengaruhi oleh kedua variable X tersebut. Dan sisanya sebesar 93.1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variable yang diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut penulis memberikan beberapa saran agar tercipta persepsi yang positif terhadap atribut produk, sehingga niat beli Honda Beat diharapkan tinggi. Pihak Honda harus dapat mempertahankan dan meningkatkan diferensiasi yang sudah dilakukan agar konsumen merasa puas. Selain itu juga pihak Honda memperbaiki atribut-atribut yang kurang mempengaruhi niat beli seperti spidometer digital, desain *body* yang lebih *stylist*, pada bagian *service and warranty* yang sangat berpengaruh Pihak Honda harus lebih meningkatkan lagi sehingga konsumen merasa puas dengan kemudahan memperbaiki motor Honda Beat.

Kata kunci : *feature, quality, durability, reliability ,repairability, style & design, service & warranty, niat beli.*

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
1.5. kerangka Pemikiran	6
1.6. lokasi dan waktu Penelitian	9
1.8. Sistematika Penelitian	9
BAB II: LANDASAN TEOARI & HIPOTESIS PENELITIAN	
2.1. Produk	11
2.1.1 Tingkatan produk	12
2.2. Atribut Produk	13
2.2.1. Atribut-Atribut Pembentuk Produk	14
2.2.2. Kualitas Produk	15
2.2.3. Keistimewaan Produk	15
2.2.4. Desain Produk	16
2.2.5. Harga Produk (Product's Price)	17
2.2.6. Layanan dan Garansi Produk (Product Service and Warranty)	18
2.2.7. Reputasi Produk (Product Reputation)	18

2.2.8. Penilaian Kepentingan Suatu Atribut	19
2.3. Pengertian Diferensiasi	20
2.4. Kriteria Diferensiasi	21
2.5. Dasar-Dasar Diferensiasi	22
2.6. Persepsi	23
2.7. Sikap Konsumen	25
2.8. Niat Beli Konsumen	26
2.9. Proses Pembuat Keputusan Pembelian	27
2.10. Niat Beli	29
2.11. Tolak Ukur Niat Beli Konsumen	31
2.12. Kaitan Antara Atribut Produk (Product Attributes)	
Terhadap Pembelian	33
BAB III: OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian	34
3.2. Penelitian Pendahuluan	34
3.3. Teknik Pengumpulan Data	34
3.4. Populasi dan Sampel	35
3.5. Operasionalisasi Variabel	36
3.6. Teknik Pengukuran Variabel	40
3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	41
3.8. Teknik Pengolahan Data	41
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Profil Umum Responden	46
4.2. Analisis Data	49
4.2.1.Uji Validitas	49
4.2.2. Uji reliabilitas	50
4.3. Pendapat Responden Mengenai <i>Feature</i> Yang Ada Di Motor Honda Beat	56

4.4. Pendapat Responden Mengenai <i>Durability</i> Yang Ada Di Motor Honda Beat	61
4.5. Pendapat Responden Mengenai <i>Reliability</i> Yang Ada Di Motor Honda Beat	64
4.6. Pendapat Responden Mengenai <i>Repairability</i> Yang Ada Di Motor Honda Beat	68
4.7. Pendapat Responden Mengenai <i>Style & Design</i> Yang Ada Di Motor Honda Beat	71
4.8. Pendapat Responden Mengenai <i>Service & Warranty</i> Yang Ada Di Motor Honda Beat	75
4.9. Pendapat Responden Mengenai Niat Beli Konsumen Terhadap Honda Beat	78
4.2.3. Uji Regresi	83
4.2.4. Pengujian Hipotesis	84
4.10. Pembahasan	86

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	88
5.5. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 2.1	Penilaian Kepentingan Suatu Produk	19
Tabel 3.1.	<i>Operasional Variabel (X)</i>	37
Tabel 3.2.	<i>Operasional Variable (Y)</i>	40
Tabel 4.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3.	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	47
Tabel 4.4.	Profil Responden Berdasarkan Sumber Mendapatkan Informasi Tentang Honda Beat	48
Tabel 4.5.	KMO And Bartlett's Test	49
Tabel 4.6.	Rotated Component Matrix	50
Tabel 4.7.	Reliability Statistics <i>feature</i>	51
Tabel 4.8.	Item-Total Statistics <i>feature</i>	51
Tabel 4.9.	Reliability Statistics <i>quality</i>	51
Tabel 4.10.	Item-Total Statistics <i>quality</i>	52
Tabel 4.11	Reliability Statistics <i>durability</i>	52
Tabel 4.12.	Item-Total Statistics <i>durability</i>	52
Tabel 4.13.	Reliability Statistics <i>reliability</i>	53
Tabel 4.14.	Item-Total Statistics <i>reliability</i>	53
Tabel 4.15.	Reliability Statistics <i>repairability</i>	54
Tabel 4.16.	Item-Total Statistics <i>repairability</i>	54
Tabel 4.17.	Reliability Statistics <i>style & design</i>	54
Tabel 4.18.	Item-Total Statistics <i>style & design</i>	55
Tabel 4.19.	Reliability Statistics <i>service & warranty</i>	55
Tabel 4.20.	Item-Total Statistics <i>service & warranty</i>	55
Tabel 4.21.	Reliability Statistics niat beli	56

	Halaman
Tabel 4.22. Item-Total Statistics niat beli	56
Tabel 4.23. Pendapat Responden Bahwa <i>Head Lamp</i> Honda Beat Terbuat Dari Kristal Sehingga Lebih Fokus Dan Terang	57
Tabel 4.24. Pendapat Responden Bahwa Apakah Panel Speedometer Honda Beat Mudah Atau Tidak Mudah Dibaca	57
Tabel 4.25. Pendapat Responden Bahwa Rak Didepan Dapat Mempermudah Atau Mempersulit Dalam Menyimpan Barang	58
Tabel 4.26. Pendapat Responden Bahwa Keberadaan <i>Side Stand Switch</i> Menjadikan Lebih Aman	59
Tabel 4.27. Pendapat Responden Bahwa Dengan Adanya <i>Parking brake lock</i> Dapat Membantu Saat Parkir	59
Tabel 4.28. Pendapat Responden Bahwa Knalpot Honda Beat Sporty	60
Tabel 4.29. Pendapat Responden Bahwa Dengan Adanya Bagasi Di Bawah Jok Dapat Membantu	61
Tabel 4.30. Pendapat Responden Bahwa Apakah Honda Beat Dapat Melaju Dengan Kencang Atau Tidak Melaju Dengan 2 Orang Penumpang	62
Tabel 4.31. Pendapat Responden Bahwa Honda Beat “Bandel” Untuk Sehari-hari	63
Tabel 4.32. Pendapat Responden Apakah Honda Beat Dapat Dipakai Dalam Jangka Waktu Yang Lama	63
Tabel 4.33. Pendapat Responden Bahwa Apakah Honda Beat Tahan Atau Tidak Tahan Dalam Segala Kondisi Cuaca	64
Tabel 4.34. Pendapat Responden bahwa apakah kelistrikan Honda Beat Mudah Atau Tidak Mudah Konslet	65
Tabel 4.35. Pendapat Responden Bahwa Apakah Mesin Honda Beat Mudah Atau Sulit Rusak Jika Terkena Semprotan Air	65
Tabel 4.36. Pendapat Responden Bahwa Apakah Warna Cat Pada Honda Beat Tahan Atau Tidak Terhadap Cuaca Panas Dan Hujan	66

	Halaman
Tabel 4.37. Pendapat Responden Bahwa Apakah <i>body</i> Honda Beat Mudah Pecah Atau Tidak Jika Terkena Benturan	67
Tabel 4.38. Pendapat Responden Bahwa Apakah Saklar Pada Stang Honda Beat Mudah Atau Tidak Mudah Rusak Pendapat Responden Apakah Suku Cadang Honda Beat	67
Tabel 4.39. Pendapat Responden Bahwa Apakah Mudah Atau Sulit Memperbaiki Sendiri Suku Cadang Yang Rusak	68
Tabel 4.40. Pendapat Responden Apakah Suku Cadang Honda Beat	69
Tabel 4.41. Pendapat Responden Apakah Biaya Perawatan Honda Beat	69
Tabel 4.42. Pendapat Responden Apakah Perawatan Honda Beat Membutuhkan Banyak Atau Sedikit Waktu	70
Tabel 4.43. Pendapat Responden Apakah Honda Mudah Atau Sulit Untuk Diperbaiki Di Bengkel Biasa	71
Tabel 4.44. Pendapat Responden Apakah Style Honda Beat	72
Tabel 4.45. Pendapat Responden Apakah Honda Beat Sesuai Atau Tidak Sesuai Dengan Ukuran Matic Pada Umumnya	72
Tabel 4.46. Pendapat Responden Apakah <i>Desain Body</i> dan <i>Striping</i> Honda Beat Sesuai Dengan Perkembangan Jaman	73
Tabel 4.47. Pendapat Responden Apakah Variasi Warna Honda Beat Sesuai Atau Tidak Sesuai Dengan Perkembangan Jaman	74
Tabel 4.48. Pendapat Responden Apakah Rancangan <i>Body</i> Honda Beat	74
Tabel 4.49. Pendapat Responden Apakah <i>Body</i> Honda Beat Ramping Dan Ringan	75
Tabel 4.50. Pendapat Responden apakah Mudah Atau Sulit Mencari Tempat Service Resmi	76
Tabel 4.51. Pendapat Responden Apakah Adanya Penawaran Service Gratis	76
Tabel 4.52. Pendapat Responden Apakah Menarik Atau Tidak Dengan Adanya Garansi Kelistrikan	77

	Halaman
Tabel 4.53. Pendapat Responden Apakah Sulit Atau Mudah Mencari Suku Cadang	77
Tabel 4.54. Pendapat Responden Apakah Dengan Adanya Pemberian Oli Gratis	78
Tabel 4.55. Sikap Konsumen Mengenai Tingkat Ketersediaan Konsumen Untuk Mencoba Untuk Mengendarai Honda Beat	79
Tabel 4.56. Sikap Konsumen mengenai Tingkat Keinginan Konsumen Untuk Mencari Informasi Lebih Banyak Mengenai Honda Beat	80
Tabel 4.57. Sikap Konsumen Mengenai Tingkat Kesediaan Konsumen Untuk Memilih Honda Beat Dibandingkan Dengan Motor Matic Lainnya	81
Tabel 4.58. Sikap Konsumen Mengenai Keinginan Konsumen Untuk Membeli Honda Beat	82
Tabel 4.59. Sikap Konsumen Mengenai Tingakt Kesediaan Konsemen Untuk Merekendasikan Honda Beat Kepada Orang Lain	82
Tabel 4.60. Model Summary	83
Tabel 4.61. Coefficient	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Komponen Sikap	26
Gambar 2.2. Indikator Niat Beli	27
Gambar 2.3. <i>Six Stage Model Of The Consumers Buying Proces</i>	28
Gambar 2.4. Pengaruh Persepsi Terhadap Niat Beli	30
Gambar 2.5. <i>Model Of Hierarchy Of Effect</i>	31

DAFTAR LAMPIRAN

- | | |
|------------|--------------------------------|
| Lampiran 1 | Surat pernyataan dan kuesioner |
| Lampiran 2 | Data Kuesioner |
| Lampiran 3 | Data SPSS |