

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 perusahaan pesaing Honda yaitu Yamaha dengan mengeluarkan 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 speedometer 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 Mengena <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 | 19 |
| Tabel 3.1. | 37 |
| Tabel 3.2. | 40 |
| Tabel 4.1. | 46 |
| Tabel 4.2. | 44 |
| Tabel 4.3. | 47 |
| Tabel 4.4. | 48 |
| Tabel 4.5. | 49 |
| Tabel 4.6. | 50 |
| Tabel 4.7. | 51 |
| Tabel 4.8. | 51 |
| Tabel 4.9. | 51 |
| Tabel 4.10. | 52 |
| Tabel 4.11 | 52 |
| Tabel 4.12. | 52 |
| Tabel 4.13. | 53 |
| Tabel 4.14. | 53 |
| Tabel 4.15. | 54 |
| Tabel 4.16. | 54 |
| Tabel 4.17. | 54 |
| Tabel 4.18. | 55 |
| Tabel 4.19. | 55 |
| Tabel 4.20. | 55 |
| Tabel 4.21. | 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 Merekomendasikan 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 |