

ABSTRAK

Perkembangan jaman membuat orang-orang berpikir untuk memilih kendaraan roda dua daripada kendaraan roda empat, yang dapat menunjang aktifitas mereka serta lebih menghemat waktu. Keadaan ini membuka peluang usaha bagi para produsen motor membuat produk yang membuat konsumen tertarik dengan harga yang terjangkau. Yamaha sebagai produsen *New Vega-R*, menghadirkan motor tersebut dengan karakteristik yang dianggap sesuai dengan *performance* motor tersebut. Dalam penelitian ini, penulis tertarik untuk mengetahui berapa besar pengaruh persepsi konsumen pada pembelian sepeda motor *Yamaha New Vega-R* terhadap minat beli.

Setiap produk mempunyai karakteristik masing-masing. Karakteristik itu dapat berupa *features, quality, style & desain, service & warranty* serta hal-hal lainnya. Persepsi konsumen terhadap suatu produk berbeda-beda. Persepsi akan menimbulkan suatu sikap. Sikap dapat dilihat dari kepuasan dan minat konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *descriptive*. Sampel penelitian ini adalah para pengunjung atau konsumen di PT Tri Duta Motor, berjenis kelamin laki-laki, bisa mengendarai sepeda motor, dan mengetahui *Yamaha New Vega-R*. Teknik pengambilan sampel berdasarkan *judgement sampling*. Penelitian ini terdiri dari variabel bebas (persepsi konsumen terhadap *Yamaha New Vega-R*) dan variabel terikat (minat beli).

Dari hasil penelitian, penjualan di PT Tri Duta Motor meningkat dari 204 unit pada tahun 2004 menjadi 266 unit pada tahun 2005 dan pada tahun 2006 penjualan meningkat sebesar 34% menjadi 356 unit. Selain itu terdapat tiga faktor yang paling berpengaruh terhadap minat beli, yaitu *features, reliability, dan service & warranty*. Sedangkan dari angka koefisien determinasi didapat bahwa (63,4%)minat beli responden dipengaruhi faktor-faktor atau karakteristik yang melekat pada pada produk *Yamaha New Vega-R*.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa persepsi konsumen mengenai *Yamaha New Vega-R* bernilai positif, meskipun ada beberapa faktor yang kurang signifikan terhadap minat beli.

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------|------------|
| ABSTRAK..... | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |

BAB 1 PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------------|----|
| 1.1 Latar belakang penelitian..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi masalah..... | 4 |
| 1.3 Maksud dan tujuan penelitian..... | 4 |
| 1.4 Kegunaan penelitian..... | 5 |
| 1.5 Kerangka pemikiran..... | 6 |
| 1.6 Metode Penelitian..... | 11 |
| 1.7 Lokasi Penelitian..... | 12 |

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|-------------------------------|----|
| 2.1 Produk..... | 13 |
| 2.1.1 Pengertian Produk..... | 13 |
| 2.1.2 Tingkatan Produk..... | 14 |
| 2.1.3 Klasifikasi Produk..... | 16 |

| | | |
|---------|---|----|
| 2.1.4 | Faktor-Faktor Pembentuk Produk..... | 20 |
| 2.1.4.1 | Kualitas..... | 20 |
| 2.1.4.2 | Keistimewaan..... | 24 |
| 2.1.4.3 | Gaya dan Desain Produk..... | 25 |
| 2.1.4.4 | Service dan Warranty..... | 26 |
| 2.1.5 | Kaitan Faktor-Faktor Pembentuk Produk Dengan Minat Beli..... | 28 |
| 2.2 | Persepsi Konsumen..... | 28 |
| 2.2.1 | Keterlibatan Konsumen..... | 30 |
| 2.2.2 | Faktor-Faktor Persepsi..... | 31 |
| 2.3 | Sikap..... | 33 |
| 2.3.1 | Proses Pembelian Konsumen..... | 34 |
| 2.4 | Nilai yang Diterima Pelanggan..... | 37 |
| 2.5 | Definisi Persepsi Nilai..... | 37 |
| 2.6 | Komponen-Komponen Persepsi Pengorbanan..... | 38 |
| 2.7 | Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Sepeda Motor...38 | |
| 2.8 | Minat Beli Konsumen..... | 39 |
| 2.9 | Hubungan Persepsi Pembelian Dengan Minat Beli..... | 40 |

BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN

| | | |
|-------|----------------------------------|----|
| 3.1 | Metode Penelitian..... | 42 |
| 3.1.1 | Metode dan Jenis Penelitian..... | 42 |
| 3.1.2 | Teknik Pengumpulan Data..... | 42 |

| | | |
|-------|---|----|
| 3.1.3 | Populasi dan Sampel Penelitian..... | 43 |
| 3.1.4 | Operasionalisasi Penelitian..... | 44 |
| 3.1.5 | Pengukuran Variabel..... | 48 |
| 3.1.6 | Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 49 |
| | 3.1.6.1 Uji Validitas..... | 49 |
| | 3.1.6.2 Uji Reliabilitas..... | 52 |
| 3.1.7 | Teknik Analisis Data..... | 53 |
| 3.1.8 | Lokasi Penelitian..... | 58 |
| 3.2 | Objek Penelitian..... | 58 |
| | 3.2.1 Profil <i>Yamaha New Vega-R</i> | 58 |

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

| | | |
|-----|---|----|
| 4.1 | Persepsi Konsumen Mengenai Produk <i>Yamaha New Vega-R</i> | 61 |
| | 4.1.1 Persepsi Konsumen Mengenai <i>Features</i> | |
| | <i>Yamaha New Vega-R</i> | 61 |
| | 4.1.2 Persepsi Konsumen Mengenai <i>Quality</i> | |
| | <i>Yamaha New Vega-R</i> | 68 |
| | 4.1.3 Persepsi Konsumen Mengenai <i>Durability</i> | |
| | <i>Yamaha New Vega-R</i> | 73 |
| | 4.1.4 Persepsi Konsumen Mengenai <i>Reliability</i> | |
| | <i>Yamaha New Vega-R</i> | 76 |
| | 4.1.5 Persepsi Konsumen Mengenai <i>Repairability</i> | |
| | <i>Yamaha New Vega-R</i> | 79 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 4.1.6 | Persepsi Konsumen Mengenai <i>Style & Desain</i> <i>Yamaha New Vega-R</i> | 83 |
| 4.1.7 | Persepsi Konsumen Mengenai <i>Service &</i> <i>Warranty Yamaha New Vega-R</i> | 90 |
| 4.2 | Sikap Konsumen Mengenai Minat Membeli <i>Yamaha New</i> <i>Vega-R</i> | 94 |
| 4.2.1 | Sikap Konsumen Mengenai Tingkat Kesiediaan Konsumen untuk Mencoba Mengendarai <i>Yamaha New Vega-R</i> | 95 |
| 4.2.2 | Sikap Konsumen Mengenai Tingkat Kesiediaan Konsumen untuk Mencoba Mencari Informasi Lebih Banyak Mengenai <i>Yamaha New Vega-R</i> | 96 |
| 4.2.3 | Sikap Konsumen Mengenai Tingkat Kesiediaan Konsumen untuk Memilih <i>Yamaha New Vega-R</i> | 97 |
| 4.2.4 | Sikap Konsumen Mengenai Tingkat Kesiediaan Konsumen untuk Membeli <i>Yamaha New Vega-R</i> | 98 |
| 4.3 | Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Pembelian <i>Yamaha New Vega-R</i> Terhadap Minat Beli..... | 99 |
| 4.3.1 | Uji Signifikansi Model Regresi Berganda Untuk Variabel Produk Terhadap Minat Beli..... | 100 |
| 4.3.2 | Uji Signifikansi Masing-masing Variabel Independen ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$) Terhadap Minat Beli Dalam Model Regresi Linier Berganda..... | 103 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 4.3.3 | Model Regresi Berganda yang Baru..... | 107 |
| 4.3.4 | Uji Signifikansi Model Regresi Berganda Baru..... | 108 |
| 4.3.5 | Uji Signifikansi Masing-masing Variabel Independen... 111 | |
| 4.4 | Menguji Asumsi Model Regresi Berganda..... | 113 |
| 4.5 | Hasil Penjualan Yamaha New Vega-R di PT Tri Duta Motor.... | 117 |

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

| | | |
|-----|-----------------|-----|
| 5.1 | Kesimpulan..... | 119 |
| 5.2 | Saran..... | 120 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabel 2.1 | Indikator Minat Beli..... | 40 |
| Tabel 3.1 | Operasionalisasi Variabel (X)..... | 45 |
| Tabel 3.2 | Operasionalisasi Variabel (Y)..... | 48 |
| Tabel 3.3 | Hasil Uji Validitas..... | 50 |
| Tabel 3.4 | Hasil Uji Reliabilitas..... | 53 |
| Tabel 4.1 | Persepsi Konsumen Mengenai Lampu Depan Kristal Bening <i>Yamaha New Vega-R</i> Sehingga Lebih Terang..... | 61 |
| Tabel 4.2 | Persepsi Konsumen Mengenai Lampu Depan Kristal Bening <i>Yamaha New Vega-R</i> Sehingga Lebih Fokus..... | 62 |
| Tabel 4.3 | Persepsi Konsumen Mengenai Lampu Belakang Kristal Bening <i>Yamaha New Vega-R</i> Sehingga Lebih Terang..... | 63 |
| Tabel 4.4 | Persepsi Konsumen Mengenai Lampu Belakang <i>Yamaha</i> <i>New Vega-R</i> Paduan Ketiga Lampu Merah-Putih-Kuning Terlihat Jelas Sehingga Menjamin Keamanan Berkendara..... | 64 |
| Tabel 4.5 | Persepsi Konsumen Mengenai Indikator Persneling Pada Panel Speedometer <i>Yamaha New Vega-R</i> yang Memudahkan Pengendara Mengetahui Posisi Gears..... | 65 |
| Tabel 4.6 | Persepsi Konsumen Mengenai Knalpot <i>Yamaha New Vega-R</i> <i>Sporty</i> | 66 |
| Tabel 4.7 | Persepsi Konsumen Mengenai <i>Foot Step</i> Belakang <i>Yamaha New Vega-R</i> Anti Getar..... | 66 |

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 4.8 | Persepsi Konsumen Mengenai <i>Fog Lamp Yamaha New Vega-R</i> Yang Dapat Digunakan Sore Hari..... | 67 |
| Tabel 4.9 | Persepsi Konsumen Mengenai Suara Mesin <i>Yamaha New Vega-R</i> Halus, Tidak Bising..... | 68 |
| Tabel 4.10 | Persepsi Konsumen Mengenai Konsumsi BBM <i>Yamaha New Vega-R</i> Irit..... | 69 |
| Tabel 4.11 | Persepsi Konsumen Mengenai Suspensi <i>Yamaha New Vega-R</i> Lembut, Mampu Meredam Getaran Dengan Baik..... | 70 |
| Tabel 4.12 | Persepsi Konsumen Mengenai Akselerasi Mesin <i>Yamaha</i> <i>New Vega-R</i> Menandingi Motor Bebek Sekelasnya..... | 71 |
| Tabel 4.13 | Persepsi Konsumen Mengenai Teknologi <i>Air Induction System</i> (AIS) <i>Yamaha New Vega-R</i> Membuat Kadar CO Yang Terbuang Tidak Membahayakan Lingkungan..... | 72 |
| Tabel 4.14 | Persepsi Konsumen Mengenai <i>Yamaha New Vega-R</i> Tetap Melaju Kencang Dengan Penumpang 2 Orang..... | 73 |
| Tabel 4.15 | Persepsi Konsumen Mengenai <i>Body Motor Yamaha New Vega-R</i> Tidak Bernunyi Saat Melewati Jalan Rusak..... | 74 |
| Tabel 4.16 | Persepsi Konsumen Mengenai Mesin <i>Yamaha New Vega-R</i> 'Bandel' Terhadap Penggunaan Sehari-hari..... | 75 |
| Tabel 4.17 | Persepsi Konsumen Mengenai Mesin <i>Yamaha New Vega-R</i> Tidak Gampang Rusak Jika Terkena Semprotan Air..... | 76 |
| Tabel 4.17 | Persepsi Konsumen Mengenai Mesin <i>Yamaha New Vega-R</i> Tidak Gampang Rusak Jika Terkena Semprotan Air..... | 76 |

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 4.18 | Persepsi Konsumen Mengenai Warna Cat <i>Yamaha New Vega-R</i> Tidak Gampang Luntur Terhadap Cuaca Panas Maupun Hujan..... | 77 |
| Tabel 4.19 | Persepsi Konsumen Mengenai Tombol Saklar Pada Stang <i>Yamaha New Vega-R</i> Tidak Gampang Rusak..... | 78 |
| Tabel 4.20 | Persepsi Konsumen Mengenai Kemudahan Memperbaiki Sendiri Suku Cadang Yang Rusak..... | 79 |
| Tabel 4.21 | Persepsi Konsumen Mengenai Mesin <i>Yamaha New Vega-R</i> Tidak Perlu Diganti Semua Jika Salah Satu Suku Cadangnya Rusak..... | 80 |
| Tabel 4.22 | Persepsi Konsumen Mengenai Suku Cadang Asli <i>Yamaha</i> <i>New Vega-R</i> Mudah Dicari..... | 81 |
| Tabel 4.23 | Persepsi Konsumen Mengenai Biaya Perawatan <i>Yamaha</i> <i>New Vega-R</i> Murah..... | 82 |
| Tabel 4.24 | Persepsi Konsumen Mengenai Perawatan <i>Yamaha New Vega-R</i> Membutuhkan Sedikit Waktu..... | 83 |
| Tabel 4.25 | Persepsi Konsumen Mengenai <i>Style Yamaha New Vega-R</i> <i>Sporty</i> | 84 |
| Tabel 4.26 | Persepsi Konsumen Mengenai Ukuran <i>Yamaha New Vega-R</i> Sesuai Dengan Standar Motor bebek..... | 85 |
| Tabel 4.27 | Persepsi Konsumen Mengenai Desain <i>Body Stripping</i> <i>Yamaha New Vega-R</i> Berwarna Atraktif..... | 86 |
| Tabel 4.28 | Persepsi Konsumen Mengenai Rancangan <i>Body Yamaha</i> <i>New Vega-R</i> Ergonomis..... | 87 |

| | | |
|------------|---|-----|
| Tabel 4.29 | Persepsi Konsumen Mengenai Variasi Warna <i>Yamaha New Vega-R</i> Sesuai Perkembangan Jaman..... | 88 |
| Tabel 4.30 | Persepsi Konsumen Mengenai Bentuk <i>Back Lamp Yamaha New Vega-R Trendy</i> , Setara Dengan Bentuk <i>Back Lamp</i> Motor Bebek Lainnya Jaman Sekarang..... | 89 |
| Tabel 4.31 | Persepsi Konsumen Mengenai Adanya Servis Gratis 4 Kali..... | 90 |
| Tabel 4.32 | Persepsi Konsumen Mengenai Kemudahan Mencari Tempat Servis Resmi <i>Yamaha</i> | 91 |
| Tabel 4.33 | Persepsi Konsumen Mengenai Garansi Mesin <i>Yamaha New Vega-R</i> Selama 3 Tahun / 36.000 km..... | 92 |
| Tabel 4.34 | Persepsi Konsumen Mengenai Garansi Kelistrikan (<i>Rotor, Stator, CDI, Ignition Coil, Motor Stater Assy</i>) Selama 2 Tahun | 93 |
| Tabel 4.35 | Persepsi Konsumen Mengenai Tingkat Ketersediaan Konsumen Untuk Mencoba Mengendarai <i>Yamaha New Vega-R</i> | 95 |
| Tabel 4.36 | Persepsi Konsumen Mengenai Tingkat Ketersediaan Konsumen Untuk Mencari Informasi Lebih Banyak Tentang <i>Yamaha New Vega-R</i> | 96 |
| Tabel 4.37 | Persepsi Konsumen Mengenai Tingkat Ketersediaan Konsumen Untuk Memilih <i>Yamaha New Vega-R</i> Dibandingkan Motor Bebek Lainnya..... | 97 |
| Tabel 4.38 | Persepsi Konsumen Mengenai Tingkat Ketersediaan Konsumen Untuk Membeli <i>Yamaha New Vega-R</i> | 98 |
| Tabel 4.39 | Koefisien Regresi Berganda..... | 100 |

| | | |
|------------|--|-----|
| Tabel 4.40 | ANOVA..... | 101 |
| Tabel 4.41 | Model Summary..... | 102 |
| Tabel 4.42 | Koefisien Regresi Berganda Baru..... | 108 |
| Tabel 4.43 | ANOVA..... | 109 |
| Tabel 4.44 | Model Summary..... | 110 |
| Tabel 4.45 | Deteksi Multikolinieritas..... | 115 |
| Tabel 4.46 | Hasil Penjualan Yamaha Vega-R dan Yamaha New Vega-R Di PT Tri Duta Motor..... | 117 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|----------------------------|----|
| Gambar 2.1 | Lima Tingkatan Produk..... | 16 |
|------------|----------------------------|----|

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner