

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MERK SUZUKI
PADA PT. INDO SOLO MOTOR GEMILANG
DI SURAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun oleh :

SATRIA DWI YULIANTO

B 100 040 065

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2008

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perdagangan kendaraan bermotor pada saat ini mempunyai prospek kedepan yang cukup baik, ini terlihat dari gencarnya persaingan antar produsen sepeda motor dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan guna memenuhi kebutuhan akan transportasi.

Sepeda motor selain praktis, ekonomis, dan mudah dalam pengoperasian berkendara, juga tepat untuk segala kondisi jalan menjadikan sepeda motor sebagai sarana transportasi yang penting bagi konsumennya. Hal ini memacu para produsen kendaraan untuk menciptakan inovasi baik dari segi mutu, model dan teknologinya untuk mendapat simpati dari konsumennya. Sedangkan dari segi pemasaran pemasar berusaha melakukan kegiatan pemasaran antara lain dengan melakukan promosi untuk menawarkan dan mempromosikan produk baru yang dikeluarkan yaitu dengan berbagai macam periklanan baik melalui media cetak maupun elektronik. Dengan harapan volume penjualan dapat meningkat, kepuasan konsumen akan terpenuhi, dan laba perusahaan akan meningkat. Upaya kearah itu dilakukan melalui studi atau penelitian dengan maksud mencari sejumlah informasi tentang faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli sebuah produk (Kotler,2000:36).

Perilaku konsumen sangat beraneka ragam dan mudah berubah-ubah. Untuk itu pengusaha harus melakukan pendekatan. Sebab dengan pendekatan tersebut dapat dikelompokkan (*disegmentasikan*) terhadap perilaku yang beraneka ragam tersebut. Sehingga bisa diketahui motivasi-motivasi yang melatar belakangi seseorang dalam perilaku pembelian. Pemahaman tentang faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor merupakan bagian yang perlu dipahami, khususnya bagi yang memproduksi sepeda motor. Perusahaan yang mengadakan pengamatan secara menyeluruh tentang riset pemasaran terhadap produk yang dipasarkan untuk dapat mengetahui perkembangan konsumen dalam memilih kendaraan bermotor dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan.

Faktor yang dimiliki produk Suzuki akan mempengaruhi konsumen dalam pemilihan produk Suzuki. Faktor atau dorongan pemilihan suatu produk didasarkan pada kenyataan-kenyataan seperti yang ditunjukkan atau menjadi atribut produk yang bersangkutan. Diantara sekian banyak produsen sepeda motor dari Jepang, Suzuki adalah salah satunya. Produsen Suzuki yang sudah lama ada di Indonesia dan ingin selalu terdepan dalam pasaran sepeda motor di tanah air juga merasa khawatir dengan hal ini. Karena kompetitor dari Cina yang juga menawarkan produk yang bentuknya hampir sama dengan produk yang dikeluarkan oleh Suzuki, dengan harga yang lebih miring. Kondisi ini mendorong produsen Suzuki untuk mengeluarkan produk yang lebih canggih, inovasi tinggi, dan dengan mengutamakan kepuasan para konsumen.

Disamping itu terjadi perubahan pada persaingan antar produsen sepeda motor yang ketat dalam bentuk lain, seperti harga, desain, teknologi, kualitas, serta promosi. Sebagaimana yang diungkapkan Kotler (2000:291), *"Fifteen years ago, companies computed on price, today it's quality, tomorrow it's design"*. Karena Suzuki tidak ingin melewatkan setiap peluang untuk bisa memperluas pasar, mereka harus meningkatkan dan mungkin merubah strategi pemasaran yang selama ini mereka pakai untuk menarik minat konsumen dalam menghadapi persaingan sesama produsen motor Jepang dan juga produsen motor dari Cina, disamping itu Suzuki juga berusaha meningkatkan pelayanan mereka pada konsumen. Hal ini semata-mata agar konsumen Suzuki tidak lari sehingga tujuan utama yaitu kepuasan konsumen bisa terjaga.

Dari latar belakang permasalahan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan mengambil judul : **"ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MERK SUZUKI PADA PT. INDO SOLO MOTOR GEMILANG DI SURAKARTA"**.

B. Perumusan masalah

Dengan memperhatikan latar belakang yang ada, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor harga, desain, teknologi, kualitas, dan promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Suzuki pada PT. INDO SOLO MOTOR GEMILANG di Surakarta.

2. Faktor manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merk Suzuki pada PT. INDOSOLO MOTOR GEMILANG di Surakarta.

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Menguji pengaruh faktor harga, desain, teknologi, kualitas, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Suzuki pada PT. INDOSOLO MOTOR GEMILANG di Surakarta.
2. Menguji faktor yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Suzuki pada PT. INDOSOLO MOTOR GEMILANG di Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan informasi dan bahan pertimbangan yang berharga bagi perusahaan dalam mengelola usahanya sehingga dapat diperoleh hasil yang maksimal.
2. Memberikan kontribusi pemikiran kepada masyarakat sebagai masukan atau pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian.
3. Sebagai acuan pihak lain yang ingin melakukan penelitian di bidang yang sama.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang dipakai dalam penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan tentang landasan teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, serta tinjauan terhadap penelitian-penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang ruang lingkup penelitian, metode pengambilan sample, sumber data, teknik sampling, variable penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menerangkan gambaran umum obyek penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran.