

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS,
MODEL/BENTUK, DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI SHOGUN 125
DI KOTA SURAKARTA**



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

ANDRI NUGROHO SAPUTRO
B 100 050 124

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2009**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan lingkungan yang senantiasa terjadi dalam proses perkembangan suatu daerah, secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kehidupan dan tata ekonominya, cara-cara pemasaran dan perilaku manusia-manusianya. Perilaku dan selera konsumen juga menunjukkan adanya perubahan. Pendapatan yang secara perlahan terus bertambah, frekuensi pembelian barang, perbaikan dan kemajuan pendidikan, perbaikan dalam pengangkutan dan komunikasi, pengaruh hubungan sosial yang semakin meluas adalah sekedar beberapa faktor yang memungkinkan perubahan perilaku dan selera konsumen.

Salah satu tujuan kegiatan pemasaran adalah berusaha mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Dengan kata lain pemahaman terhadap perilaku konsumen merupakan salah satu faktor dasar yang diperlukan untuk menyusun strategi pemasaran.

Secara umum perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam individu itu sendiri maupun yang berasal dari luar, terutama tayangan iklan melalui berbagai media promosi. Berbagai faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan membeli suatu produk/jasa, memilih merk, maupun menentukan tempat pembeliannya.

Beragamnya jenis dan merk sepeda motor yang ditawarkan saat ini telah meningkatkan keinginan konsumen (terutama konsumen remaja) untuk mencoba berbagai merk tersebut. Saat ini di kota Surakarta saja jumlah merk sepeda motor lama seperti Honda, Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki sudah banyak dijumpai, belum lagi apabila ditambah dengan motor-motor produk China, Korea, dan Taiwan yang ditawarkan oleh dealer sebagai bagian di dalam strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan. Strategi pengembangan produk ini merupakan langkah selanjutnya di dalam penciptaan produk yang memerlukan perhatian tersendiri dari para pemasar. Banyak keberhasilan perusahaan yang telah dibuktikan oleh kuatnya strategi pengembangan produk yang dilakukan, termasuk di dalamnya adalah strategi untuk menciptakan perilaku mencari keragaman (*variety seeking*) pada diri konsumen.

Keinginan untuk memiliki kendaraan dan *variety seeking* tersebut juga dipicu oleh kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh pihak dealer maupun biro-biro leasing untuk kredit sepeda motor dengan proses yang sangat cepat. Sehingga tidak mengherankan apabila pemilik sepeda motor setiaptahunnya mengalami peningkatan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS, MODEL/BENTUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI SHOGUN 125 DI KOTA SURAKARTA”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang telah di jelaskan secara singkat dapat dirumuskan permasalahannya, sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh harga, kualitas, model/bentuk dan iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Shogun 125 ?
2. Antara harga, kualitas, model/bentuk dan iklan variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Shogun 125?

C. Batasan Masalah

Penggunaan batasan masalah dimaksudkan untuk mempermudah analisis selanjutnya, serta mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk menelaah masalah. Dikarenakan terbatasnya waktu, biaya dan kemampuan, maka permasalahan ini dibatasi dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Responden yang dipakai sebagai obyek penelitian adalah pemakai produk sepeda motor Suzuki Shogun 125 di Kodya Surakarta.
2. Atribut produk yang akan diteliti meliputi : harga, kualitas, model bentuk dan iklan.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga, kualitas, model/bentuk dan iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Shogun 125.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas, model/bentuk dan iklan yang paling dominan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Shogun 125.

E. Manfaat penelitian

1. Bagi peneliti

Untuk menambah ilmu pengetahuan terutama di bidang manajemen pemasaran dalam kaitannya dengan motivasi konsumen.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan untuk menemukan langkah-langkah selanjutnya di bidang pemasaran dalam menentukan kebijaksanaan perusahaan.

3. Bagi pihak lain

Diharapkan dapat menambah pengetahuan ataupun sebagai referensi untuk penelitian berikutnya.

F. Sistematika Skripsi

Sistematika ini disusun secara garis besar tanpa menguraikan isi dari pada permasalahan yang disampaikan. Adapun sistematika ini meliputi lima bab yaitu sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan tentang landasan teori yang relevan dengan masalah yang akan dibahas tentang pengertian pemasaran, manajemen pemasaran, konsep pemasaran, pengertian perilaku konsumen, model perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, proses keputusan pembelian dan motivasi.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang pengembangan metode yang terdiri dari kerangka pemikiran, hipotesis, populasi dan sampel, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data yang dipakai.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dibahas tentang gambaran umum daerah penelitian, data-data yang diperoleh, hasil survey konsumen dalam pembelian sepeda motor tersebut, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran.

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA