

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DI  
KOTA SEMARANG**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**SONY WICAKSONO  
NIM. 12010112130072**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2016**

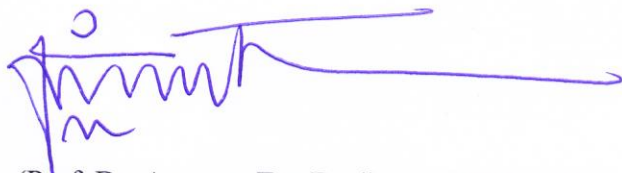
## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Sony Wicaksono  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112130072  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika & Bisnis/Manajemen  
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DI  
KOTA SEMARANG**

Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA.,DBA

Semarang, 31 Mei 2015

Dosen Pembimbing,



(Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA.,DBA)

NIP. 1955.0423.1980.03.1.003

## PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Sony Wicaksono  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112130072  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika & Bisnis/Manajemen  
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DI  
KOTA SEMARANG**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 14 Juni 2016

Tim Penguji:

1. Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA.,DBA (.....)

2. Drs. Suryono Budi Santoso, MM

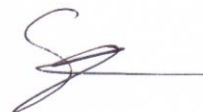
3. Sri Rahayu Tri Astuti, SE., MM

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Sony Wicaksono, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di kota Semarang , adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/ atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya meyakini skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 31 Mei 2016  
Yang membuat pernyataan,



(Sony Wicaksono)  
NIM : 12010112130072

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Sesungguhnya bersama setiap kesulitan ada kemudahan”

(Q.S. AL-INSYIRAH: 6)

“Jika seseorang bepergian dengan tujuan mencari ilmu, maka Allah akan menjadikan perjalanannya seperti perjalanan menuju surga”

– Nabi Muhammad SAW

“Belajarlah dari kesalahan orang lain. Anda tidak dapat hidup cukup lama untuk melakukan semua kesalahan itu sendiri”

(Martin Vanbee)

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta:

**Bapak Suyadi dan Ibu Daryanti**

## ABSTRAK

Seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan industri otomotif khususnya sepeda motor di Indonesia yang selalu mengalami kenaikan yang sangat pesat. Semakin banyak jumlah sepeda motor yang ditawarkan oleh masing-masing produsen sepeda motor. Hal tersebut mendorong produsen sepeda motor untuk selalu meningkatkan inovasi produknya. Dapat dilihat dari munculnya berbagai jenis sepeda motor dengan beragam merek beserta fitur-fiturnya yang selalu dikembangkan oleh produsen di pasaran Indonesia. Hal ini mendorong konsumen untuk lebih selektif dalam memilih serta menentukan jenis dan merek dari sepeda motor mana yang akan dibeli.

Penelitian ini menggunakan lima variabel yaitu kualitas produk, citra merek, harga kompetitif, daya tarik produk, dan keputusan pembelian. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan data sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan program software *Statistical Package for Social Science (SPSS) 22*.

Penelitian ini menghasilkan satu proses untuk meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor Suzuki. Proses tersebut adalah dengan harga kompetitif yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci: kualitas produk, citra merek, harga kompetitif, daya Tarik produk, dan keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

*Along with the growth and development of automotive industry in particular the rapid growth of motorcycle in Indonesia. The increasing number of motorcycle which are offered by each producer. That situation encourage the producers to improve the product innovation. It can be seen through the emergence many kind of motorcycle from various brand with all their features which have been developed by the producer. It emerges the consumers to be more selective in choosing and deciding what brand of motorcycle they want to buy*

*This research used five variables such as product quality, brand image, competitive price, product attractiveness, and purchasing decision. The hypothesis testing used 100 respondents as the data. Technique of analysis is used software program of Statistical Package fo Social Science (SPSS) 22.*

*The result of this research is a process to increase the purchasing decision of motorcycles by Suzuki. The process is through competitive price which could affect the purchasing decision.*

*Keyword: Product Quality, Brand Image, Competitive Price, Product Attractiveness, and Purchasing Decision*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis diucapkan kepada Allah Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan rahmat dan ridhaNya sehingga penelitian dan penulisan skripsi ini dapat diselesaikan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya campur tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan dan dukungan yang begitu besar dari :

1. Allah SWT yang telah memberikan ridho untuk dapat menyelesaikan program Sarjana (S1).
2. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro beserta seluruh staf pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berguna.
3. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., MM. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Bapak Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA., DBA. Sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan nasihat kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
5. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., MM. Selaku dosen wali yang telah memberikan arahan dan nasihat selama proses perkuliahan ini.

6. Ibu Fitri Arianti, S.E., M.Si. selaku Pembimbing dan mentor selama penulis menjalani proses perkuliahan ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen program S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan.
8. Keluarga tercinta Bapak Suyadi, Ibu Daryanti, Dik Anggun, Dik Zakka yang selalu memberikan semangat, dukungan, kasih sayang, serta doa yang tidak pernah putus.
9. Para staf Tata Usaha, perpustakaan serta karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang yang telah membantu penulis selama masa studi.
10. Keluarga kedua di Kota Semarang, Agus Ananto Widodo, Farid Afrizal, Rizky Fajar Wibowo, Andriar Mafazan Rizkiansyah, Maulana Prihantoro, Mona Agisa Widia Gutama, Kartika Candra Dewi.
11. Sahabat HRR (Hore Rame Rame) ku tercinta : Jupe, Bayu, Dian, Erna, Eka, Tito, Afrian, Nina, Ayu, Cut Kiki, Kiki Amal, Dewi, Andika, Gitrys, Niken, Shella.
12. Teman-teman Anak Kompleks dan BVV : Rheza, Ridho, Panji, Jefri, Ucok, Maul, Arga, Bayu, Arif, Vahdist, Megi, Guntoro, Medy, Ipang, dan lain-lain yang menjadi teman serua-seruan di Bis 2 KKL dalam Negeri 2015 dan teman futsal sejak maba.
13. Keluarga Besar Kelompok Mahasiswa Wirausaha (KMW) : Ibu Fitri selaku pembina KMW FEB UNDIP serta seluruh teman-teman KMW Kak

Muhdi, Kak Isma, Kak Ghani, Kak Reza, Kak Dimas, Kak Fahmi, Jefri, Mardhi, Acmada, Harmuk, Edwin, Fikar, Alo, Elmer, Andika, Sofy, Itsna, , Vita, Nenda, Nabilah, dan yang tidak dapat diucapkan satu persatu oleh penulis, terima kasih atas kepengurusan selama satu tahun bersama kalian, *sweet momentnya*, keluarga kedua di Kampus dan Ilmu *entrepeuner* yang sangat bermanfaat untuk penulis. Semoga kita semua menjadi orang yang bermanfaat bagi orang banyak. *Love you guys*

14. Teman-teman KKN TIM II UNDIP 2015 Desa Kalirandu : Ryan Wildan, Ruvitsan Sumbayak, Annisa Amalia Rachmah, Katerina Ronauli, Suharti, Andrea rivanti, Eka Ayu, kak Cintya Octaviana yang sudah berbagi cerita suka dan duka selama 35 hari dan kini sudah menjadi keluarga.
15. Teman-teman belajar dan seperjuangan : Ulfa, Itsna, Monic, Achmada, Edwin, dan teman-teman Manajemen 2012 yang selalu menjadi teman belajar bersama selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
16. Senior yang selalu memberikan arahan dan masukan : kak Muhdi, Kak Rexa, Kak Ghani, dan Mas Nano.

17. Teman-teman Manajemen 2012 dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
18. Teman-teman seperjuangan dan seimbang : Enggar, Gaza, Reven, Resa, Andre, Lantika, Lenggo, Sonia.
19. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat Penulis sebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan sebagai input bagi penulis agar dapat menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 31 Mei 2016



Sony Wicaksono

NIM. 12010112130072

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRAK</i> .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
1.4 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Daya Tarik Produk.....	11
2.1.2 Kualitas Produk .....	13
2.1.3 Hubungan Kualitas Produk dengan Daya Tarik Produk .....	15
2.1.4 Citra Merek.....	16
2.1.5 Hubungan Citra Merek dengan Daya Tarik Produk.....	20
2.1.6 Keputusan Pembelian .....	21
2.1.7 Hubungan Daya Tarik Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.1.8 Harga Kompetitif.....	26

2.1.9 Hubungan Harga Kompetitif dengan Keputusan Pembelian.....	30
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	32
<b>BAB III: METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	33
3.1.1 Variabel Penelitian .....	33
3.1.2 Definisi Operasional .....	34
3.2 Populasi dan Sampel .....	36
3.2.1 Populasi .....	36
3.2.2 Sampel .....	37
2.2.2.1 Penentuan Sampel.....	37
2.2.2.2 Teknik Penentuan Sampel .....	38
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	39
3.3.1 Data Primer.....	39
3.3.2 Data Sekunder.....	39
3.3.3 Metode Pengumpulan Data .....	40
3.4 Metode Analisi Data .....	40
3.4.1 Uji Instrumen Data .....	42
3.4.1.1 Uji Validitas.....	42
3.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	44
3.4.2.1 Uji Multikolinearitas.....	44
3.4.2.2 Uji Heterokedasititas .....	44
3.4.1.3 Uji Normalitas .....	45
3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	46
3.4.4 Uji Goodness of Fit.....	47
3.4.4.1 Koefisien Determinasi .....	47
3.4.4.2 Uji Kelayakan Model.....	48

3.4.4.3 Uji Pengaruh Kausalitas .....	49
3.4.4.4 Uji Sobel ( <i>Sobel Test</i> ) .....	49
<b>BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	51
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	51
4.1.2 Perkembangan Produk Sepeda Motor Suzuki .....	52
4.2. Gambaran Umum Responden.....	53
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden .....	56
4.3.1 Analisis Indeks Jawaban Kualitas Produk.....	57
4.3.2 Analisis Indeks Jawaban Citra Merek .....	58
4.3.3 Analisis Indeks Jawaban Daya Tarik Produk .....	60
4.3.4 Analisis Indeks Jawaban Harga Kompetitif .....	61
4.3.5 Analisis Indeks Jawaban Keputusan Pembelian .....	63
4.4 Analisis Hasil Penelitian .....	64
4.4.1 Uji Reliabilitas dan Validitas .....	65
4.4.1.1 Uji Reliabilitas .....	65
4.4.1.2 Uji Validitas .....	66
4.4.2 Asumsi Klasik .....	67
4.4.2.1 Uji Multikolinearitas .....	67
4.4.2.2 Uji Heterokedastisitas .....	68
4.4.2.3 Uji Normalitas .....	71
4.4.3 Uji Regresi Linear Berganda .....	74
4.4.4 Uji Goodness Of Fit .....	77
4.4.4.1 Uji Kelayakan Model .....	77
4.4.4.2 Uji Koefisiensi Determinasi .....	79
4.4.4.3 Uji Parsial .....	80
4.4.4.4 Uji Sobel ( <i>Sobel Test</i> ) .....	82

4.5 Pengujian Hipotesis .....	84
4.5.1 Pengujian Hipotesis 1 .....	85
4.5.2 Pengujian Hipotesis 2 .....	85
4.5.3 Pengujian Hipotesis 3 .....	86
4.5.4 Pengujian Hipotesis 4 .....	86
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Ringkasan Penelitian .....	87
5.2 Kesimpulan .....	89
5.2.1 Kesimpulan Atas Hipotesis .....	89
5.2.1.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Daya Tarik Produk .....	89
5.2.1.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Daya Tarik Produk .....	90
5.2.1.3 Pengaruh Daya Tarik Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	91
5.2.1.4 Pengaruh Harga Kompetitif terhadap Keputusan Pembelian .....	91
5.2.2 Kesimpulan atas Masalah Penelitian .....	92
5.3 Implikasi .....	96
5.3.1 Implikasi Teoritis .....	96
5.3.2 Implikasi Manajerial .....	97
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	104
5.5 Penelitian yang Akan Datang .....	104
DAFTAR PUSTAKA .....	106
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN .....	110
LAMPIRAN B TABULASI DATA PENELITIAN .....	119
LAMPIRAN C HASIL PENELITIAN .....	123

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor Tahun 2013-2014 .....	3
Tabel 1.2 Penjualan Sepeda Motor Tahun 2014 .....	4
Tabel 1.3 Penjualan Sepeda Motor Tahun 2014 Periode Januari-Desember .....	5
Tabel 1.4 Penjualan Sepeda Motor Tahun 2010-2015 .....	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	34
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan .....	55
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Variabel Kualitas Produk .....	57
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	58
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Variabel Citra Merek .....	59
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Citra Merek .....	59
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Variabel Daya Tarik Produk .....	60
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Daya Tarik Produk .....	61
Tabel. 4.11 Hasil Tanggapan Variabel Harga Kompetitif .....	62
Tabel 4.12 Deskriptif Variabel Harga Kompetitif .....	62
Tabel 4.13 Hasil Tanggapan Variabel Keputusan Pembelian .....	63
Tabel 4.14 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	64
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas .....	65
Tabel 4.16 Uji Validitas .....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas Struktur I .....	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas Struktur II .....	68
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Struktur I .....	74
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Struktur II .....	76

Tabel 4.21 Hasil Uji Kelayakan Model Struktur I .....	78
Tabel 4.22 Hasil Uji Kelayakan Model Struktur II .....	78
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi Struktur I .....	79
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi Struktur II .....	80
Tabel 4.25 Hasil Uji Parsial Struktur I .....	81
Tabel 4.26 Hasil Uji Parsial Struktur II .....	82
Tabel 5.1 Implikasi Manajerial .....	100

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pangsa Pasar Sepeda Motor 2003-2014.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	32
Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas Struktur I .....	69
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas Struktur II .....	70
Gambar 4.3 Uji Normalitas Struktur I .....	71
Gambar 4.4 Normal Probability Plot Struktur I .....	72
Gambar 4.5 Uji Normalitas Struktur II .....	73
Gambar 4.6 Normal Probability Plot Struktur II .....	73
Gambar 4.7 Uji Sobel Kualitas Produk .....	83
Gambar 4.8 Uji Sobel Citra Merek .....	84

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan dan perkembangan industri otomotif di Indonesia selalu mengalami kenaikan yang sangat pesat. Khususnya dalam industri otomotif sepeda motor yang setiap tahunnya mengalami peningkatan permintaan produk dari para konsumen. Semakin banyak jumlah sepeda motor yang ditawarkan oleh masing-masing produsen dengan berbagai merek, menyebabkan tingkat persaingan yang ketat diantara produsen sepeda motor ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)). Hal tersebut mendorong produsen sepeda motor untuk selalu melakukan inovasi terhadap produknya. Hal tersebut dapat dilihat dari munculnya berbagai jenis sepeda motor dengan beragam merek beserta fitur-fiturnya yang selalu dikembangkan oleh produsen di pasaran Indonesia. Hal ini mendorong konsumen untuk lebih hati-hati dalam memilih serta menentukan jenis dan merek dari sepeda motor mana yang akan dibeli. Faktor kualitas produk dan citra merek merupakan faktor yang akan dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih dan menentukan produk yang akan dibeli.

Kualitas produk yang bagus dan citra merek yang positif dapat mempengaruhi keputusan dari konsumen untuk membeli produk tersebut. Keputusan pembelian dapat terwujud ketika konsumen menemukan merek yang disukai dari beberapa alternatif – alternatif merek yang ada dan sesuai dengan

keinginan. Konsumen juga dapat membentuk keputusan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan yang diterima, harga yang sesuai, dan manfaat produk yang diinginkan (Kotler dan Armstrong, 2014).

Faktor terpenting yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk yaitu kualitas produk, citra merek, dan besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut. Semakin banyak produk dan merek yang beredar di pasaran, membuat konsumen harus lebih selektif dalam memilih dan menentukan produk yang akan dibeli. Hal ini membuat produsen otomotif khususnya sepeda motor untuk lebih berinovasi, agar mampu menarik keputusan pembelian dari konsumen.

Produk adalah semua yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, diakuisisi, digunakan, atau di konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2014). Kualitas produk menjadi salah satu faktor terpenting dalam persaingan dan menjadi keunggulan perusahaan. Manfaat dari suatu produk atau jasa dapat dikomunikasikan dan disampaikan oleh atribut produk seperti kualitas, fitur, dan gaya dan desain.

Selain itu citra merek juga menjadi salah satu faktor terpenting dalam persaingan dengan produsen lain. Citra merek merupakan gambaran yang muncul di dalam benak konsumen dan bertahan lama tentang sebuah merek tertentu. Citra merek yang baik di dalam suatu produk dapat menjadi keuntungan bagi perusahaan.

Selain itu harga yang kompetitif juga menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian oleh konsumen. Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau layanan, atau jumlah dari nilai-nilai yang konsumen tukarkan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2014)

Semakin tinggi tingkat pertumbuhan dan kebutuhan di masyarakat membawa dampak positif bagi industri otomotif, khususnya industri otomotif sepeda motor. Sepeda motor menjadi pilihan masyarakat umum sebagai alat transportasi karena cepat sampai ke tempat tujuan dan irit dalam pemakaian bahan bakar. Hal ini membuat banyak produsen sepeda motor terus memproduksi dan menginovasi produknya dengan memberikan fitur-fitur masa kini dan merek dagang yang baru. Melihat pangsa pasar yang besar ini para produsen sepeda motor berlomba-lomba untuk menguasai pasar di Indonesia. Diantaranya produsen sepeda motor yang memasarkan produknya di Indonesia adalah merek Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, dan TVS. Berikut ini adalah beberapa data penjualan sepeda motor tahun 2013 dan 2014:

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2013-2014**

	<b>Total 2013</b>	<b>Total 2014</b>
<b>HONDA</b>	4.700.871	5.055.510
<b>KAWASAKI</b>	153.807	165.231
<b>SUZUKI</b>	400.675	275.184
<b>TVS</b>	19.865	22.114
<b>YAMAHA</b>	2.495.796	2.390.902
<b>Total</b>	<b>7.771.014</b>	<b>7.908.941</b>

sumber: [www.aisi.or.id](http://www.aisi.or.id)

Berdasarkan tabel data penjualan sepeda motor di atas, diperoleh informasi mengenai penjualan sepeda motor pada tahun 2013-2014 di Indonesia. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa hampir semua merek sepeda motor mengalami peningkatan penjualan, kecuali sepeda motor merek Suzuki dan Yamaha. Suzuki mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan sebesar 125.491 atau turun sebesar 31.31% jika dibandingkan penjualan tahun 2013 yang mencapai 400.675.

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2014**

<b>Merek</b>	<b>Penjualan (unit)</b>	<b>Pangsa Pasar (Persen)</b>
Honda	5.055.510	63,92
Yamaha	2.390.902	30,23
Suzuki	275.184	3,48
Kawasaki	165.231	2,09
TVS	22.114	0,28
<b>Total</b>	<b>7.908.941</b>	

Sumber : [www.aisi.or.id](http://www.aisi.or.id)

Berdasarkan data diatas dapat diperoleh informasi bahwa pangsa pasar dari sepeda motor Suzuki pada tahun 2014 sebesar 3,48. Apabila dibandingkan dengan pangsa pasar dari sepeda motor Honda dan Yamaha, Suzuki lumayan tertinggal jauh dalam menguasai pasar sepeda motor di Indonesia. Selain itu diperoleh juga data-data penjualan sepeda motor Suzuki pada bulan januari sampai desember 2014 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2014 Periode Januari-Desember**

Periode	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki	TVS	Total
Jan-2014	366,797	173,502	<b>30,012</b>	8,188	862	579,361
Feb-2014	423,950	214,532	<b>27,900</b>	12,226	478	679,086
Mar-2014	463,070	226,897	<b>25,160</b>	10,127	375	725,629
Apr-2014	445,420	242,330	<b>23,019</b>	16,241	780	727,790
May-2014	452,353	237,586	<b>32,997</b>	15,762	813	739,511
Jun-2014	471,585	235,120	<b>27,278</b>	15,759	1,087	750,829
Jul-2014	327,364	172,377	<b>20,921</b>	12,709	1,119	534,490
Aug-2014	388,073	182,829	<b>20,143</b>	16,733	1,420	609,198
Sep-2014	459,309	209,767	<b>21,172</b>	16,131	559	706,938
Oct-2014	452,508	190,618	<b>17,195</b>	14,514	817	675,652
Nov-2014	425,409	130,200	<b>17,909</b>	11,236	849	585,603
Dec-2014	375,814	158,044	<b>11,361</b>	10,745	416	594,854
Total	5,051,100	2,371,082	<b>275,067</b>	165,371	9,575	7,867,195

Sumber: [www.triatmono.com](http://www.triatmono.com)

Dari data di atas dapat diperoleh informasi bahwa penjualan sepeda motor Suzuki mengalami penurunan penjualan selama bulan Januari-April dari 30.012 turun sampai 23.019, kemudian pada bulan Mei-Agustus dari 32.997 turun sampai 20.143, dan dari bulan September-Desember 2014 yang turun dari 21.172 menjadi 11.361.

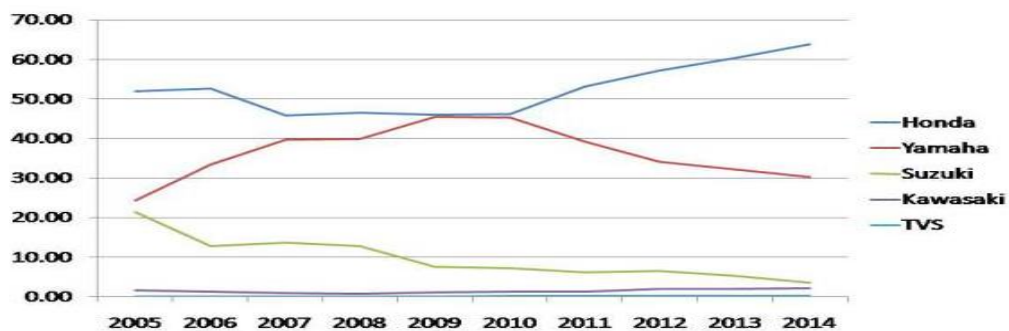
**Tabel 1.4**  
**Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2010-2015**

Tahun	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki	TVS
2010	3,416,047	3,326,380	<b>522,269</b>	83,130	20,790
2011	4,275,212	3,146,055	<b>494,427</b>	96,058	16,515
2012	4,092,693	2,433,924	<b>461,137</b>	131,657	18,252
2013	4,696,999	2,492,596	<b>393,803</b>	151,703	8,778
2014	5,051,100	2,371,082	<b>275,067</b>	165,371	9,575
2015	4,453,888	1,798,630	<b>109,882</b>	115,008	2,747

Sumber: [www.triatmono.com](http://www.triatmono.com)

Berdasarkan data di atas dapat diperoleh info mengenai penjualan sepeda motor mulai dari tahun 2010 sampai 2015. Produk sepeda motor Suzuki selalu mengalami penurunan di setiap tahunnya, berbeda dengan Honda yang mengalami kenaikan penjualan. Dari data yang didapatkan tingkat penjualan sepeda motor Suzuki secara Nasional mengalami penurunan yang signifikan di setiap tahunnya, tidak menutup kemungkinan untuk wilayah Kota Semarang juga mengalami penurunan penjualan sepeda motor Suzuki.

**Gambar 1.1**  
**Pangsa Pasar Sepeda Motor 2005-2014**



Sumber: [www.edorusyanto.wordpress.com](http://www.edorusyanto.wordpress.com)

Menurut gambar di atas diperoleh informasi bahwa pangsa pasar sepeda motor Suzuki mengalami penurunan yang lumayan signifikan. Berbeda dengan kompetitornya, Honda yang mengalami peningkatan yang cukup drastis mulai tahun 2010 sampai tahun 2014.

Kehidupan yang semakin modern ikut mempengaruhi masyarakat dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk. Masyarakat dituntut untuk lebih selektif dalam memilih dan membeli produk di pasaran. Semakin banyak produk-produk dengan inovasi-inovasi baru yang ditawarkan di pasar Indonesia. Inovasi yang terjadi pada desain dan model dari sepeda motor, dengan berbagai fitur-fitur baru yang ditawarkan. Dalam memilih produk yang diinginkan oleh konsumen, mereka dituntut untuk lebih selektif, pintar, dan cermat dalam menentukan produk mana yang akan dibeli. Dengan melakukan hal tersebut, konsumen tidak akan merasa kecewa dengan apa yang mereka beli. Selain itu konsumen juga mempertimbangkan kualitas dari produk yang akan dibeli. Konsumen akan membeli produk yang memiliki kualitas bagus diantara produk-produk dari produsen lainnya. Selain itu konsumen akan mempertimbangkan citra merek dari produk yang akan dibeli. Pada akhirnya konsumen akan melakukan pembelian sesuai dengan kemampuannya dalam membeli.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas dapat dilihat terjadi penurunan penjualan sepeda motor merek Suzuki. Penurunan penjualan dapat dilihat dari tabel data penjualan sepeda motor mulai tahun 2010-2015, yang menunjukkan jumlah penjualan

sepeda motor Suzuki selalu mengalami penurunan penjualan disetiap tahunnya. Dari data tersebut juga dapat di lihat bahwa produk sepeda motor Suzuki pangsa pasarnya selalu mengalami trend penurunan di setiap tahunnya. Permasalahan yang mendasar dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk sepeda motor Suzuki dengan mempertimbangkan variabel-variabel yang dipilih, yaitu kualitas produk, citra merek, dan harga kompetitif. Dari permasalahan tersebut maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap daya tarik produk akan berdampak pada keputusan pembelian sepeda motor merek suzuki?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap daya tarik produk akan berdampak pada keputusan pembelian sepeda motor merek suzuki?
3. Apakah daya tarik produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek suzuki?
4. Apakah harga kompetitif berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek suzuki?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap daya tarik produk yang berdampak pada keputusan pembelian sepeda motor merek suzuki.
2. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap daya tarik produk yang berdampak pada keputusan pembelian sepeda motor merek suzuki.
3. Menganalisis pengaruh daya tarik produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek suzuki.
4. Menganalisis pengaruh harga kompetitif terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek suzuki.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

1. Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah dapat berguna dalam ilmu pengetahuan dan pihak-pihak yang membutuhkan, serta berguna sebagai bahan pertimbangan, perbandingan, dan penyempurnaan bagi penelitian selanjutnya.
2. Manfaat praktis dari penelitian ini adalah dapat memberikan bahan masukan untuk perusahaan akan pentingnya kualitas produk, citra merek, daya tarik produk, dan harga kompetitif sebagai salah satu strategi bersaing. Selain itu, dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

## **1.4 Sistematika Penulisan**

### **BAB I: Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II: Tinjauan pustaka**

Bab ini berisi uraian-uraian teori yang dapat digunakan sebagai kerangka pemikiran teori atau landasan penelitian dan hipotesis.

### **BAB III: Metode Penelitian**

Bab ini berisi penjelasan tentang obyek/subyek penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampling, jenis data, metode pengumpulan data, definisi operasional, uji kualitas instrumen, dan alat analisis data.

### **BAB IV: Analisis Data**

Bab ini berisi tentang obyek/subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari analisis data.

### **BAB V: Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang ditujukan untuk penelitian berikutnya.