

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Pada Motor Sport 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 :

ILHAM MAULANA S

NIM. 12010112130095

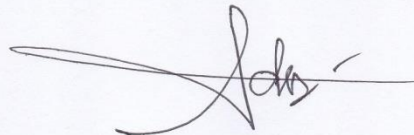
**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2017**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Ilham Maulana S
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112130095
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN. (Studi Pada Motor
Sport Suzuki Di Kota Semarang)**
Dosen Pembimbing : Idris, S.E., M.Si

Semarang, 20 Juni 2017

Dosen Pembimbing,



Idris, S.E., M.Si.

NIP.197103292000031001

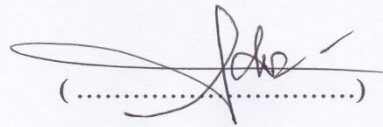
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Ilham Maulana S
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112130095
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN. (Studi Pada
Motor Sport Suzuki Di Kota Semarang)**

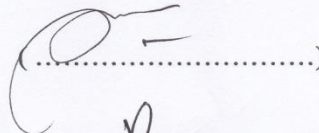
Telah dinyatakan lulus pada tanggal 18 Agustus 2017

Tim penguji :

1. Idris, S.E., M.Si

()

2. Drs. Sutopo, M.S

()

3. Dr. Mahfudz, S.E., M.T

()

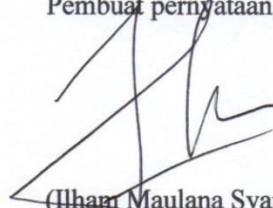
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Ilham Maulana Syarief, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan pembelian. (Studi Pada Motor Sport 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 penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik 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, 20 Juni 2017

Pembuat pernyataan,



(Ilham Maulana Syarief)

NIM. 12010112130095

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Dan jika kamu menghitung-hitung nikmat Allah, niscaya kamu tak dapat menentukan jumlahnya. Sesungguhnya Allah benar-benar Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.
(QS. An-Nahl:18)

Sesungguhnya dibalik kesulitan selalu ada kemudahan
(QS. Al-Insyiraah: 5)

If you believe you are the best, you can't get better and I always want to get better.
Valentino Rossi

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta~

ABSTRACT

Competition in motorcycle sales among motorcycle manufacturers especially motor sport in Indonesia is very tight, one of which Suzuki sport bike sales decreased from 2012-2015, if this continues to happen is not impossible Suzuki will have difficulty to follow the competition with other competitors so that Will have an impact on Suzuki's own survival. The purpose of this study to determine the effect of product quality, product innovation and brand trust on purchasing decisions Suzuki motor sport. Variable of service quality and product innovation become independent variable, brand trust variable becomes intervening variable and last variable purchase decision become dependent variable.

Samples in this study are consumers who buy and use Suzuki sport bikes in the city of Semarang which amounted to 100 respondents selected by using purposive sampling method. The analytical technique used to process the data in this study using SPSS 20.

The results of analysis in this study show that product quality and product innovation have a positive and significant effect on brand trust, then brand trust has a positive and significant effect on purchasing decision. In addition, product quality does not significantly on purchasing decision and product innovation have positive and significant effect to purchasing decision.

Keywords: Product Quality, Product Innovation, Brand Trust, Purchase Decision

ABSTRAK

Kompetisi dalam penjualan motor antar pabrikan motor khususnya motor sport di Indonesia terbilang sangat ketat, salah satunya Suzuki yang penjualan motor sportnya mengalami penurunan dari tahun 2012-2015, jika hal ini terus terjadi bukan tidak mungkin Suzuki akan mengalami kesulitan untuk mengikuti persaingan dengan kompetitor lain sehingga akan berdampak pada kelangsungan hidup Suzuki sendiri. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian motor sport Suzuki. Variabel kualitas pelayanan dan inovasi produk disini menjadi variabel independen, variabel kepercayaan merek menjadi variabel intervening dan terakhir variabel keputusan pembelian menjadi variabel dependen.

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pembeli dan pengguna motor sport Suzuki di kota Semarang yang berjumlah 100 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 20.

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan merek, kemudian kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Inovasi Produk, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan sebuah skripsi dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan pembelian Motor Sport Suzuki di Kota Semarang untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulisan ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih atas segala bantuan dan dukungan dari:

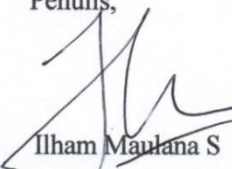
1. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro dan juga sebagai dosen wali yang telah memberikan pengarahan dan nasihat kepada penulis selama masa perkuliahan.
2. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E., selaku Ketua Departemen Manajemen.
3. Bapak Idris S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing, atas waktu, perhatian, bimbingan, serta saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan selama peneliti menjalani perkuliahan.
5. Para Staf dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang yang telah membantu penulis selama masa studi.
6. Keluarga ku, Ibu Zuniati Munawaroh dan Bapak Edy Sumardi serta dik Azka
7. Seluruh responden yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan semua, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam membuat skripsi ini, oleh karena itu penulis memohon maaf atas kekurangan dan kesalahan serta semoga skripsi ini dapat berguna dalam penelitian yang akan datang.

Semarang, 20 Juni 2017

Penulis,



Ilham Maulana S

NIM. 12010112130095

DAFTAR ISI

	halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.2 Variabel Yang Digunakan	12
2.2.1 Kualitas Produk	12
2.2.2 Inovasi Produk	15
2.2.3 Kepercayaan Merek	18
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	20
2.2.4.1 Proses Keputusan Pembelian	20
2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1 Kualitas Produk dengan Kepercayaan Merk.....	23
2.3.2 Inovasi Produk dengan Kepercayaan Merk	24
2.3.3 Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	25
2.3.4 Inovasi Produk dengan Keputusan Pembelian.....	25
2.3.5 Kepercayaan Merek dengan Keputusan Pembelian.....	26
2.4 Penelitian Terdahulu	27
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
2.6 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31

3.1.1	Variabel Penelitian	31
3.1.1.1	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	31
3.1.1.2	Variabel Antara (<i>Intervening Variable</i>).....	31
3.1.1.3	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	32
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.2.1	Populasi	33
3.2.2	Sampel	34
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.3	Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1	Data Primer	35
3.3.2	Data Sekunder	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	36
3.4.1	Kuisisioner	36
3.4.2	Studi Pustaka.....	36
3.5	Metode Analisis Data	37
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.5.1.1	Uji Reliabilitas	37
3.5.1.2	Uji Validitas	37
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	38
3.5.2.1	Uji Normalitas	38
3.5.2.2	Uji Multikolinieritas	39
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.5.3	Uji Regresi Linier Berjenjang	40
3.5.4	Pengujian Hipotesis (Goodness of Fit).....	41
3.5.4.1	Uji F (Uji Simultan).....	41
3.5.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	40
3.5.4.2	Uji Statistik t (Uji Parsial)	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Diskripsi Objek Penelitian	44
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.2	Perkembangan Produk Motor Sport Suzuki di Indonesia	45
4.1.3	Gambaran Umum Responden.....	45
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	47
4.2.1	Analisis Angka Indeks	47
4.2.1.1	Analisis Indeks Variabel Kualitas Produk	49
4.2.1.2	Analisis Indeks Variabel Inovasi Produk.....	50
4.2.1.3	Analisis Indeks Variabel Kepercayaan Merek	51
4.2.1.4	Analisis Indeks Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	53

4.3 Analisis Data	54
4.3.1 Uji Reliabilitas dan Validitas	54
4.3.1.1 Uji Reliabilitas	54
4.3.1.2 Uji Validitas.....	55
4.3.2 Asumsi Klasik	56
4.3.2.1 Uji Normalitas	56
4.3.2.2 Uji Multikolinieritas	60
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas	61
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda	64
4.3.4 Pengujian Hipotesis (Goodness of Fit).....	67
4.3.4.1 Uji F (Uji Simultan).....	67
4.3.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	68
4.3.4.3 Uji Statistik t (Uji Parsial)	69
4.4 Pembahasan	71
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Merek	71
4.4.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepercayaan Merek	73
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ..	75
4.4.4 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian....	76
4.4.5 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian	78
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	83
5.2.1 Implikasi Teoritis	83
5.2.2 Implikasi Kebijakan	85
5.3 Saran Penelitian Mendatang.....	87
5.4 Keterbatasan Penelitian	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN A KUISIONER.....	93
LAMPIRAN B TABULASI DATA	101
LAMPIRAN C HASIL OLAH DATA	106

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1.1 Data Pengguna Kendaraan Bermotor di Indonesia	1
Tabel 1.2 Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2012-2015	2
Tabel 1.3 Data Market Share Sepeda Motor Tahun 2012-2015	3
Tabel 1.4 Data Market Share Sepeda Motor per Segmen Tahun 2012-2015	3
Tabel 1.5 Data Penjualan Motor Suzuki per Segmen Tahun 2012-2015.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional	32
Tabel 4.1 Tabel Perkembangan Produk Motor Sport Suzuki	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Secara Keseluruhan	46
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	49
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	50
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk.....	50
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Inovasi Produk	51
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek	52
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Kepercayaan Merek	52
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.12 Uji Validitas	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas Model I	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas Model II	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Model I.....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Model II.....	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Kelayakan Model Model I.....	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Kelayakan Model Model II	68
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Koefisiensi Determinasi Model I.....	68
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Koefisiensi Determinasi Model II	69
Tabel 4.21 Hasil Uji Parsial (Uji T) Model I	70
Tabel 4.22 Hasil Uji Parsial (Uji T) Model II.....	70
Tabel 5.1 Implikasi Kebijakan	86

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1 Grafik Penjualan Sepeda Motor Tahun 2012-2015.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram) Model I.....	57
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot) Model I.....	58
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram) Model II	59
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot) Model II	60
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas Model 1	62
Gambar 4.6 Uji Heterokedastisitas Model II	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dan globalisasi, mobilitas seseorang pun semakin tinggi. Mobilitas yang tinggi dibutuhkan sebuah alat transportasi yang fleksibel dan nyaman digunakan supaya mobilitas seseorang tidak terganggu dan diharapkan dapat menunjang mobilitas seseorang tersebut. Di Indonesia sendiri masyarakatnya lebih memilih menggunakan sepeda motor karena kendaraan ini tergolong praktis dan fleksibel sehingga dapat digunakan untuk menunjang kegiatan seseorang, hal ini dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 1.1
Data Pengguna Kendaraan Bermotor di Indonesia

Jenis angkutan/ kendaraan	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
Mobil penumpang	8.891.041	9.548.866	10.432.259	11.484.514	12.599.138
Bis	2.250.109	2.254.406	2.273.821	2.286.309	2.398.846
Barang	4.687.789	4.958.738	5.286.061	5.615.494	6.235.136
Sepeda Motor	61.078.188	68.839.341	76.381.183	84.732.652	92.976.240
Jumlah	76.907.127	85.601.351	94.373.324	104.118.969	114.209.266

Sumber : bps.go.id, 2016

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengguna sepeda motor 5 tahun terakhir mengalami peningkatan yang signifikan di banding kendaraan lainnya, hal ini membuat para produsen sepeda motor bersaing untuk melakukan inovasi supaya produknya dapat memenuhi keinginan masyarakat di Indonesia,

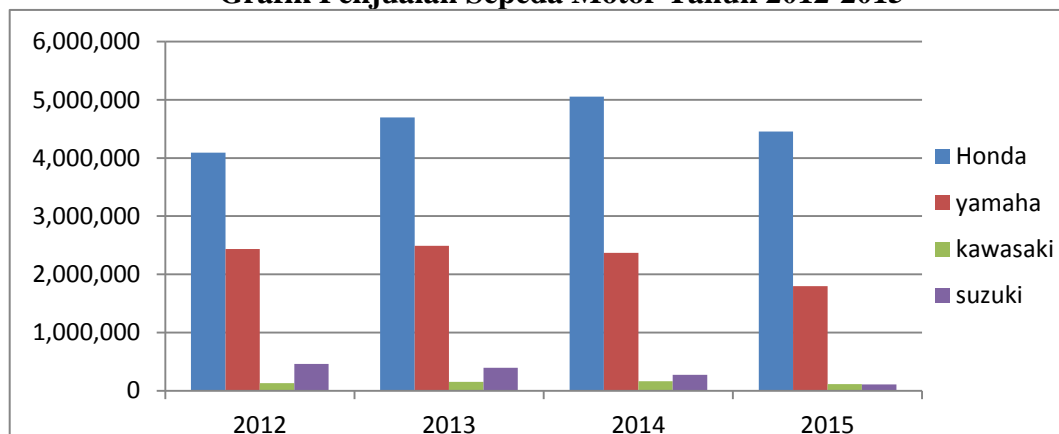
hal ini dapat meningkatkan persaingan diantara produsen-produsen sepeda motor ternama di Indonesia seperti Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki dll.

Tabel 1.2
Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2012-2015

Tahun	Honda	Yamaha	Kawasaki	Suzuki
2012	4.092.693	2.433.924	131.657	461.137
2013	4.696.999	2.492.596	151.703	393.803
2014	5.051.100	2.371.082	165.371	275.067
2015	4.453.888	1.798.630	115.008	109.882

Sumber : Data AISI, 2016

Gambar 1.1
Grafik Penjualan Sepeda Motor Tahun 2012-2015



Sumber : Data AISI, 2016

Data di atas memberikan informasi bahwa penjualan sepeda motor dari tahun 2012-2015 di Indonesia menunjukkan kenaikan penjualan, hanya Suzuki yang mengalami penurunan yang signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini bisa dilihat di tahun 2012 Suzuki mencatat penjualan sebesar 461.137 unit namun ditahun berikutnya terus menurun hingga di tahun 2015 Suzuki mencatat penjualan yang paling rendah di angka 109.882 unit, penjualan Suzuki juga kalah

dari Kawasaki yang dari tahun 2012 hingga 2014 penjualannya tidak pernah lebih tinggi dari Suzuki.

Tabel 1.3
Data Market Share Sepeda Motor Tahun 2012-2015

Tahun	Honda	Yamaha	Kawasaki	Suzuki
2012	57,31 %	34,07 %	1,84 %	6,52 %
2013	60,49 %	32,12 %	1,98 %	5,16 %
2014	63,92 %	30,23 %	2,09 %	3,48 %
2015	68,73 %	27,76 %	1,77 %	1,70 %

Sumber : Data AISI, 2016

Dalam market share dapat dilihat jika diantara 4 pabrikan besar sepeda motor di Indonesia, Honda memiliki pangsa pasar yang paling besar dan selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya sementara Yamaha dan Suzuki mengalami tren penurunan dari tahun 2012-2015 dan Kawasaki sempat mengalami kenaikan pangsa pasar di tahun 2014.

Tabel 1.4
Data Market Share Sepeda Motor per Segmen Tahun 2012-2015

Tahun	Skutik	Bebek	Sport
2012	59,33 %	29,95 %	10,72 %
2013	63,02 %	22,80 %	14,18 %
2014	67,33 %	18,68 %	13,99 %
2015	72,49 %	13,81 %	13,70 %

Sumber : Data AISI, 2016

Di Indonesia sendiri sepeda motor terbagi dalam 3 segmen yaitu skutik, bebek, dan Sport, saat ini masyarakat Indonesia lebih memilih membeli sepeda motor jenis skutik hal ini bisa dilihat dari market sharenya yang semakin meningkat dari tahun ke tahun berbeda dengan jenis bebek yang semakin lama semakin tergerus market sharenya bisa dilihat di tahun 2012 pengguna motor

bebek mencapai 29,95% namun di tahun 2015 menurun drastis hingga 13,81%, di segmen sport juga mengalami penurunan di tahun 2014-2015 namun sempat mengalami kenaikan di tahun 2013.

Tabel 1.5
Data Penjualan Motor Suzuki per Segmen Tahun 2012-2015

Tahun	Skutik	Bebek	Sport
2012	26,86%	70,82%	2,31%
2013	20,18%	80,25%	1,33%
2014	27,01%	72,33%	0,70%
2015	32,46%	67,07%	0,59%

Sumber : Data AISI, 2016

Dari data di atas dapat dilihat jika penjualan Suzuki selama ini di topang oleh penjualan motor bebeknya yang penjualannya diatas 50% sedangkan untuk segmen skutik penjualannya fluktuatif dan yang selalu mengalami penurunan adalah segmen sport nya setiap tahun selalu mengalami penurunan. Dari data yang telah dijabarkan Suzuki mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis kalah jauh dari para kompetitornya dan mengalami penurunan market share dari tahun ke tahun serta Suzuki juga mengalami penurunan market share dalam segmen sepeda motor sportnya, jika tidak di cegah hal ini dapat mengganggu kelangsungan hidup Suzuki di Indonesia karena penjualan mereka masih jauh di bawah para kompetitornya.

Penurunan market share motor sport Suzuki bisa disebabkan oleh beberapa faktor, salah satu yang menarik adalah kualitas produk karena setelah harga dan model yang di cari oleh pelanggan adalah kualitas dari produk yang akan di beli. Kualitas produk yaitu suatu kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya

yang meliputi keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan dan perbaikan (Kotler dan Armstrong, 2014), kualitas produk ini merupakan hal yang menjadi daya saing sebuah produk dengan kompetitor karena kualitas produk ini adalah faktor pembeda dan menjadi keunggulan perusahaan yang tidak dimiliki oleh para pesaingnya sehingga dapat menjadi nilai lebih suatu produk perusahaan tersebut.

Selain kualitas produk adalah inovasi dari produk tersebut, menurut Myers dan Marquis (dalam Kotler 2007), inovasi produk merupakan gabungan bermacam-macam proses yang saling mempengaruhi satu sama lain, dengan kata lain inovasi adalah gambaran dari suatu proses terjadinya perkembangan pasar, ide serta penemuan baru. Karena seiring berkembangnya zaman dan majunya teknologi para konsumen juga menginginkan motor yang lebih canggih. Hal ini juga yang memberatkan Suzuki karena para kompetitornya selalu membuat inovasi dalam merancang motor sportnya, seperti Honda, Yamaha dan Kawasaki yang selalu *update* untuk melakukan pengembangan motor sportnya dan mereka selalu mengeluarkan tipe-tipe terbaru paling tidak setiap tahunnya, sementara Suzuki masih bertopang dengan segmen bebeknya.

Kepercayaan merek bertindak sebagai faktor mediasi penting antara perilaku pelanggan dan setelah membeli produk (Liu, Guo, and Lee, 2011). Kepercayaan merek juga sebuah kesediaan konsumen untuk menerima segala resiko terhadap produk yang telah dibeli karena konsumen mengharapkan sesuatu yang positif dan menguntungkan dari produk tersebut untuk mereka (Lau dan Lee, 1999). Setelah melihat kualitas produk dan inovasi produk yang dimiliki oleh

suatu barang yang akan dibeli, konsumen mulai membentuk kepercayaan pada merk tersebut untuk memiliki produk tersebut.

Pada akhirnya pilihan akan ditentukan oleh masyarakat sendiri, keputusan pembelian konsumen mengacu pada perilaku pembelian akhir individu maupun rumah tangga yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi (Kotler dan Armstrong, 2012). Mereka memilih motor sesuai kriteria yang mereka inginkan dan produsen hanya memberikan pilihan produk untuk konsumen, keputusan konsumen dalam membeli akan dipengaruhi oleh kualitas dan inovasi produk yang akan dibelinya sehingga konsumen akan lebih selektif dalam memilih sepeda motor yang akan dibeli dari banyaknya motor yang beredar di pasaran saat ini.

1.2 Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang diatas dapat uraikan jika penjualan motor Suzuki mengalami penurunan penjualan yang datanya dapat dilihat pada tabel data penjualan Suzuki tahun 2012-2015, dari tabel tersebut dapat dilihat jika Suzuki mengalami trend penurunan di setiap tahunnya mulai tahun 2013 hingga 2015. Selain itu market share Suzuki juga menurun setiap tahunnya serta penjualan motor Suzuki dalam segmen sport juga mengalami penurunan setiap tahunnya. Masalah dari penelitian ini adalah bagaimana cara meningkatkan penjualan dari Suzuki terutama pada sepeda motor di segmen sportnya dengan melihat variabel yang telah dipilih yaitu kualitas produk dan inovasi produk, dengan begitu dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepercayaan merk motor sport Suzuki ?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kepercayaan merk motor sport Suzuki ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada motor sport Suzuki ?
4. Apakah inovasi Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada motor sport Suzuki ?
5. Apakah kepercayaan merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor sport Suzuki ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka peneliti memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan merek motor sport Suzuki.
2. Menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kepercayaan merek motor sport Suzuki.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada motor sport Suzuki.

4. Menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada motor sport Suzuki.
5. Menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian motor sport Suzuki.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini berisi tentang hubungan antara kualitas produk, inovasi produk, kepercayaan merek dan keputusan pembelian dengan harapan agar dapat memberi masukan dan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis penelitian ini untuk memperkaya wawasan di bidang pemasaran khususnya dan untuk bahan referensi, pertimbangan penelitian yang akan datang tentang keputusan pembelian serta dapat menyempurnakan penelitian sebelumnya.
2. Manfaat praktis penelitian ini untuk memberikan info tentang kualitas produk, inovasi produk dan kepercayaan merk dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen serta dapat menjadi bahan referensi perusahaan untuk pemikiran strategi pemasaran yang tepat dan dapat menjadi pembanding dalam penelitian yang akan datang.

1.4 Sistematika Penulisan

Agar mendapatkan gambaran secara ringkas, dan jelas mengenai penelitian ini, maka sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri 5 bab yaitu:

BAB I Pendahuluan

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

BAB II: Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi mengenai landasan teori penelitian, penelitian terdahulu, konsep yang mendasari penelitian ini, serta hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

BAB III: Metode penelitian

Bab ini akan diuraikan mengenai metode penelitian dalam penulisan skripsi ini. Berisi jenis dan sumber data, variabel penelitian, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV: Analisis Data

Bab ini akan menjelaskan mengenai hasil penelitian mengenai deskripsi objek penelitian, penentuan populasi dan sample, analisis data, dan interpretasi hasil.

BAB V: Penutup

Bab ini menjelaskan kesimpulan penelitian. Selain itu berisi saran-saran yang direkomendasikan kepada pihak tertentu untuk mengatasi permasalahan yang serupa dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, serta saran untuk para peneliti yang akan melakukan penelitian yang akan datang.