

## ABSTRAKSI

**Judul** : ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA SUPRA X125 PADA PT ASTRA MOTOR SLAWI  
**Nama** : Anisa Rimayati  
**NIM** : D2D005213  
**Jurusan** : Administrasi Bisnis FISIP Universitas Diponegoro  
**Approved** : September 2009

---

Tingkat persaingan perusahaan semakin ketat sejalan diberlakukannya perdagangan bebas. Begitu pula yang dialami oleh pasar sepeda motor di Indonesia. Perusahaan-perusahaan penyedia sepeda motor selalu berusaha menawarkan produk yang berbeda dari pesaing dan menciptakan citra merek yang baik di mata konsumen agar tingkat keputusan pembelian konsumen makin meningkat. Masalah dalam penelitian ini adalah menurunnya jumlah pembelian Honda Supra X125 pada Astra Motor Slawi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh diferensiasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara parsial maupun secara simultan pada PT Astra Motor Slawi.

Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe eksplanatori. Unit analisis dalam penelitian ini adalah 85 responden yakni konsumen pengguna Honda Supra X125 yang melakukan pembelian pada PT Astra Motor Slawi. Teknik pengumpulan data dengan wawancara langsung kepada 85 responden konsumen pengguna Honda Supra X125 pada PT Astra Motor Slawi. Penelitian ini menggunakan *accidental sampling* dimana pengambilan sampel dilakukan secara kebetulan dan tidak ditentukan atau direncanakan terlebih dahulu. Data dianalisis dengan statistik deskriptif dan statistik inferensial menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F dengan bantuan program SPSS.

Hasil analisis dengan perhitungan SPSS dapat disimpulkan sebagai berikut. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian Honda Supra X125 pada PT Astra Motor Slawi dimana  $t_{hitung}$  sebesar  $4,666 > t_{tabel}$  sebesar 1,989. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian Honda Supra X125 pada Astra Motor Slawi dimana  $t_{hitung}$  sebesar  $5,147 > t_{tabel}$  sebesar 1,989. Dari hasil regresi berganda diperoleh hasil bahwa diferensiasi produk dan citra merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai F-hitung sebesar  $16,417 > F-tabel$  sebesar 3,98. Dari nilai koefisien determinasi terlihat bahwa diferensiasi produk dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 26,9%. Sedangkan sisanya  $100\% - 26,9\% = 73,1\%$  dipengaruhi oleh variabel lain.

Saran yang dapat disampaikan adalah PT. Astra Motor sebaiknya meningkatkan diferensiasi produk dari segi keawetan komponen agar lebih awet dan berat sepeda motor agar semakin ringan sehingga berbeda dari para pesaingnya serta meningkatkan citra merek melalui komunikasi pemasaran sehingga konsumen lebih mengetahui keunggulan Honda Supra X125 sehingga akan semakin membentuk citra merek yang baik di mata konsumen.