

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SEPEDA MOTOR  
SUZUKI Satria FU 150 DI KABUPATEN WONOSOBO**

**(Studi Pada Dealer Sepeda Motor Suzuki MPJM Wonosobo)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**BURHANUDIN ABIYYU**  
**NIM.12010113120069**

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

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Burhanudin Abiyyu

Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120069

Fakultas/Jurusan : FEB/Manajemen

Judul Usulan Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR  
YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI  
KONSUMEN PADA PRODUK SEPEDA MOTOR  
SUZUKI SATRIA FU 150 DI KABUPATEN  
WONOSOBO** (Studi Pada Dealer Sepeda Motor Suzuki  
MPJM Wonosobo)

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

Semarang, 28 November 2017  
Dosen Pembimbing,

Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA.,DBA  
NIP.1955.0423.1980.03.1.003

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Penyusun : Burhanudin Abiyyu  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120069  
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen  
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN  
PADA PRODUK SEPEDA MOTOR SUZUKI  
SATRIA FU 150 DI KABUPATEN WONOSOBO**  
(Studi Pada Dealer Sepeda Motor Suzuki MPJM  
Wonosobo)  
Dosen Pembimbing : Prof. Augusty Tae Ferdinand, MBA., DBA

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 20 Desember 2017**

### **Tim Penguji:**

1. Prof. Augusty Tae Ferdinad, MBA.,DBA (.....)
2. Dr. Harry Soesanto, MMR (.....)
3. Drs. Suryono Budi Santoso,MM (.....)

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya Burhanudin Abiyyu menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SEPEDA MOTOR SUZUKI Satria FU 150 DI KABUPATEN WONOSOBO“ (Studi Pada Dealer Sepeda Motor Suzuki MPJM Wonosobo) 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 itu, atau yang saya ambil dari tulisan lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas 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 ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 28 November 2017

Yang membuat pernyataan

Burhanudin Abiyyu

NIM : 12010113120069

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”. **Q.S Al-Insyirah : 6-7**

“Hati yang penuh syukur dan keikhlasan akan membawa kita dalam kebahagiaan dan kejayaan sesungguhnya”

*“Success is no accident. It is hard work, perseverance, learning, studying, sacrifice and most of all, love of what you are doing or learning to do”. – Pele*

“Seseorang akan menjadi lebih kuat seiring dengan halangan dan ombak (masalah) yang menghadangnya”. – Roronoa Zoro  
(One Piece)

Skripsi ini dipersembahkan untuk kedua orang tua saya, adik-adik saya, saudara-saudara saya dan keluarga saya yang telah bersedia membantu baik materil maupun moril dengan ikhlas, memberikan dukungan dan doa setiap waktu hingga terselesainya skripsi dan perkuliahan ini.

## **ABSTRAK**

Saat ini perkembangan dunia automotif semakin berkembang, meningkatnya kebutuhan akan transportasi menjadi salah satu pemicunya. Hingga saat ini, banyak perusahaan yang menawarkan berbagai macam produk sepeda motor untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen. Perusahaan automotif tentu berlomba-lomba menciptakan produk sepeda motor yang inovatif dan kreatif. Di satu sisi, hal ini juga menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan angka penjualan dan pendapatan mereka. Minat beli konsumen dipengaruhi berbagai macam faktor pertimbangan, salah satunya daya tarik produk. Setiap produk sepeda motor memiliki daya tarik masing-masing. Produk yang memiliki daya tarik yang lebih, besar kemungkinan lebih diminati oleh konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi sejauh mana hubungan kualitas produk, desain produk, serta nilai fungsional terhadap daya tarik produk, yang nantinya apakah variabel-variabel tersebut akan berdampak pada minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan sepeda motor Suzuki Satria Fu 150 sebagai objek penelitian serta masyarakat Wonosobo sebagai sampel penelitiannya. Saat ini minat beli konsumen akan sepeda motor tersebut mengalami penurunan, karena ketatnya persaingan pasar sepeda motor terutama kategori sepeda motor bebek. Penelitian ini menggunakan lima variabel yakni; kualitas produk, desain produk, nilai fungsional, daya tarik produk dan minat beli konsumen. Sampel responden yang digunakan berjumlah 100 responden yang tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Wonosobo. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan program software SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 22.

Hasil yang didapat dalam penelitian ini yakni; kualitas produk, desain produk, dan nilai fungsional berpengaruh positif terhadap daya tarik produk, desain produk juga berpengaruh positif terhadap nilai fungsional. Kemudian daya tarik produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sedangkan nilai fungsional tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Desain Produk, Nilai Fungsional, Daya Tarik Produk, Minat Beli

## **ABSTRACT**

*Currently the development of the automotive world is growing, the increasing need for transportation becomes one of the triggers. To date, many companies offer a wide range of motorcycle products to meet the needs and tastes of consumers. Automotive companies are certainly competing to create innovative and creative motorcycle products. On the one hand, it is also an opportunity for companies to increase their sales and revenue figures. Consumer purchasing intention is influenced by various consideration factors, one of which is product attractiveness. Each motorcycle product has its own charm. Products that have more appeal, are more likely to be more in demand by consumers.*

*This study aims to determine and identify the extent to which the relationship of product quality, product design, and functional value to the attractiveness of the product, which later whether these variables will impact on consumer buying interest. This research uses Suzuki Satria Fu 150 motorcycle as research object and Wonosobo society as its research sample. Currently, consumer interest in motorcycles is declining, due to the tight competition of the motorcycle market, especially the category of duck motorcycles. This research uses five variables namely; product quality, product design, functional value, product attractiveness and consumer purchase intention. The sample of respondents used amounted to 100 respondents spread across the region Wonosobo district. Analytical techniques used in this study, using the software program SPSS (Statistical Package for Social Science) version 22.*

*The results of this research are; product quality, product design, and functional value positively affect product attractiveness, product design also positively affects functional value. Then the attractiveness of the product has a positive and significant effect on purchase intention, while the functional value has no significant relationship to consumer purchase intention.*

*Keywords: Product Quality, Product Design, Functional Value, Product Attractiveness, Purchase Intention*

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur kehadirat Allah SWT, atas berkah rahmat dan hidayah-Nya yang tiada tara, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsinya dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SEPEDA MOTOR SUZUKI Satria FU 150 DI KABUPATEN WONOSOBO” (Studi Pada Dealer Sepeda Motor Suzuki MPJM Wonosobo) dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna penyelesaian program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, dapat disadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan semua pihak. Oleh karena itu, secara khusus penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyak kepada:

1. Allah SWT dengan segala rahmat dan bantuan-Nya yang telah memberikan jalan, karunia serta nikmat sehat yang tiada tara, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya, adik-adikku, serta segenap keluarga yang selalu mendukung, mendoakan, serta memberikan dukungan moril maupun materil demi kelancaran penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini, serta mampu menyelesaikan proses perkuliahan hingga saat ini.
3. Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA, DBA selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi pengarahan, memotivasi serta memberikan inspirasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Drs. Bambang Munas Dwiyanto SE, MM sebagai Dosen wali, Dr. Suharnomo SE, MSi sebagai dekan FEB Undip, Dr Harjum Muharam SE,



MM sebagai kakur dari jurusan manajemen, dan segenap dosen civitas beserta staf karyawan fakultas ekonomika dan bisnis yang saya hormati.

5. Sahabat perjuangan MTAYISW yang selalu mensupport dan menginspirasi penulis; Dwi Kusuma Ramdani, Satrio B. Haryanto, Aditya Jati Istanto, Eva Nur Kusuma, Dea Gustiani & Fitria SW.
6. Teman-teman seperjuangan bimbingan Prof Augusty, Muhammad haidar mukhib, Zati hanani, Yohanes sitomurang, Lolita desy, Anastya safira, Mutia hanum, dll
7. Teman-teman Kse ambassador bpjs ketenagakerjaan bacth 3, Sakiyatu sova, Pingki candra sari, Midiawati, dll, serta teman-teman dekat Kse undip.
8. Sahabat-sahabat dekat penulis dari awal hingga akhir perkuliahan, serta teman-teman seperjuangan manajemen angkatan 2013
9. Sahabat-sahabat member lapangan tembak Bismika, Mauluvy, Isworo, Nurfi, Fakhri, Afdi, dll yang senantiasa menemani menyalurkan hobi penulis, dengan auka cita, tawa dan duka bermain sepak bola
10. Sahabat dan rekan-rekan immawan dan immawati IMM Ibnu Sina Undip yang bersedia menampung, berbagi inspirasi, keceriaan dll, serta sebagai tempat bernaung penulis dalam pencarian dan pendalam ilmu agama
11. Teman-teman kos soleh, ambar isworo, bismika, idjonk, haidar mueb, juki, dll yang selalu menedukung, sabar dan pasrah menerima kekurangan penulis
12. Teman-teman kelompok KKN moro demak, Viona, Beki, mas Zulfy, mas Norman, Bang Santo, Citra, Habib, Haris, Astri, mbak Yoan, Bang MU, Hanif dan teman-teman yang lainnya.
13. Teman-teman anggota SSR Kse 2016-2017 yang selalu berbagi keceriaan, suku duka, lelah dan tawa saat menjalani lika-liku kegiatan-kegiatan SSR maupun KSE.

14. Staf karyawan Dealer Suzuki MPJM Wonosobo mas Yanto dkk, serta responden-responden dalam penelitian skripsi ini yang saya hormati.
15. Semua pihak terkait yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas kekurangan dan keterbatasan yang terdapat pada skripsi ini, harapan kedepannya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya dan penelitian dimasa mendatang

Semarang, 28 November 2017

Penulis

Burhanudin Abiyyu

NIM. 12010113120069

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTACK</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	17
1.4 Kegunaan Penelitian.....	18
1.5 Sistematika Penulisan .....	19
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Daya Tarik Produk .....	21
2.1.2 Kualitas Produk.....	23
2.1.3 Desain Produk .....	27

2.1.4	Nilai Fungsional .....	31
2.1.5	Minat Beli .....	34
2.1.6	Hubungan Kualitas produk dengan Daya tarik produk.....	39
2.1.7	Hubungan Desain Produk dengan Daya tarik produk.....	42
2.1.8	Hubungan Desain Produk dengan Nilai fungsional .....	45
2.1.9	Hubungan Nilai fungsional dengan Daya tarik produk .....	48
2.1.10	Hubungan Daya tarik produk dengan Minat beli.....	51
2.1.11	Hubungan Nilai fungsional dengan Minat beli .....	53
2.2	Penelitian Terdahulu .....	55
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	57
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>58</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	58
3.1.1	Variabel Penelitian .....	58
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	58
3.2	Populasi dan Sampel .....	60
3.3	Jenis dan Sumber data.....	62
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	63
3.5	Metode Analisis .....	65
3.6	Uji Instrumen data.....	65
3.6.1	Uji Validitas .....	65
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	66
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	67
3.7.1	Uji Multikolonieritas.....	67
3.7.2	Uji Heteroskedastitas .....	68

3.7.3	Uji Normalitas .....	68
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda .....	69
3.9	Uji Goodness of Fit .....	70
3.9.1	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	71
3.9.2	Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	71
3.9.3	Uji Pengaruh Kausalitas (Uji t) .....	72
3.10	Uji Sobel (Sobel Test) .....	73
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>75</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	75
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	75
4.2	Deskripsi Responden .....	77
4.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
4.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur .....	79
4.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	79
4.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	80
4.2.5	Jumlah Kunjungan ke Delaer Suzuki MPJM dan Jumlah yang sedang Ingin Membeli Sepeda Motor .....	81
4.2.6	Sumber Informasi Responden .....	82
4.3	Analisis Indeks Jawaban Responden .....	82
4.3.1	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....	84
4.3.2	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Desain Produk .....	85
4.3.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Nilai	

Fungsional .....	87
4.3.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Daya Tarik Produk .....	89
4.3.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Beli ...	90
4.4 Analisis Hasil Penelitian .....	92
4.4.1 Uji Instrumen Data.....	92
4.4.1.1 Uji Validitas .....	92
4.4.1.2 Uji Reliabilitas .....	93
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	95
4.4.2.1 Uji Multikolonieritas.....	95
4.4.2.2 Uji Heteroskedastitas .....	96
4.4.2.3 Uji Normalitas.....	99
4.4.3 Uji Regresi Linier Berganda .....	106
4.4.4 Uji Goodnes of Fit.....	110
4.4.4.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	110
4.4.4.2 Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	113
4.4.4.3 Uji Pengaruh Kausalitas (Uji t).....	115
4.4.5 Uji Sobel (Sobel Test).....	119
4.5 Pengujian Hipotesis.....	123
4.5.1 Pengujian Hipotesis 1.....	123
4.5.2 Pengujian Hipotesis 2.....	124
4.5.3 Pengujian Hipotesis 3.....	125
4.5.4 Pengujian Hipotesis 4.....	125
4.5.5 Pengujian Hipotesis 5.....	126

4.5.6 Pengujian Hipotesis 6.....	127
BAB V PENUTUP.....	128
5.1 Ringkasan Penelitian.....	128
5.2 Kesimpulan Hipotesis .....	130
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	133
5.4 Implikasi Manajerial .....	136
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	140
5.6 Saran Penelitian Mendatang.....	141
DAFTAR PUSTAKA .....	142
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN .....	146
LAMPIRAN B TABULASI DATA PENELITIAN .....	151
LAMPIRAN C HASIL PENELITIAN .....	155

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Sales Motorcycles & Scooters di beberapa Negara Asean.....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia Tahun 2014-2016.....	4
Tabel 1.3 Data Penjualan Sepeda Motor Suzuki tahun 2014-2016 Suzuki MPJM Wonosobo .....	8
Tabel 1.4 Data Presentase perubahan penjualam Suzuki MPJM Wonosobo dari tahun 2014-2016 .....	9
Tabel 1.5 Produk-produk sepeda motor Suzuki .....	11
Tabel 1.6 Data Penjualan Sepeda Motor Suzuki Satria Fu 150 tahun 2014-2016 Suzuki MPJM Wonosobo .....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	55
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	59
Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin .....	78
Tabel 4.2 Responden berdasarkan umur .....	79
Tabel 4.3 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	79
Tabel 4.5 Responden yang sedang ingin membeli sepeda motor dan yang pernah berkunjung ke Dealer Suzuki MPJM Wonosobo.....	80
Tabel 4.6 Jumlah Kunjungan ke Dealer Suzuki MPJM Wonosobo .....	81
Tabel 4.7 Sumber Informasi Responden.....	82
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	84
Tabel 0.9 Analisis Deskriptif Kualitas Produk .....	85
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Desain Produk.....	86
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Desain Produk.....	86
Tabel 4.12 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Nilai Fungsional .....	87
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Nilai Fungsional.....	88
Tabel 4.14 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Tarik Produk .....	89



Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Daya Tarik Produk.....	90
Tabel 4.16 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli.....	91
Tabel 4.17 Analisis Deskriptif Minat Beli .....	91
Tabel 4.18 Uji Validitas .....	93
Tabel 4.19 Uji Realibilitas .....	94
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolonieritas Struktur 2 .....	95
Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolonieritas Struktur 3 .....	95
Tabel 4.22 Hasil Uji Regesi Linier Berganda Struktur 1 .....	106
Tabel 4.23 Hasil Uji Regesi Linier Berganda Struktur 2 .....	107
Tabel 4.24 Hasil Uji Regesi Linier Berganda Struktur 3 .....	109
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi Struktur 1 .....	111
Tabel 4.26 Hasil Uji Koefisien Determinasi Struktur 2.....	112
Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi Struktur 3.....	112
Tabel 4.28 Hasil Uji Statistik F Struktur 1.....	113
Tabel 4.29 Hasil Uji Statistik F Struktur 2.....	114
Tabel 4.30 Hasil Uji Statistik F Struktur 3.....	115
Tabel 4.31 Hasil Uji Kausalitas (Uji t) Struktur 1 .....	116
Tabel 4.32 Hasil Uji Kausalitas (Uji t) Struktur 2 .....	117
Tabel 4.33 Hasil Uji Kausalitas (Uji t) Struktur 3 .....	118
Tabel 4.34 Hasil Uji Sobel ( <i>Sobel Test</i> ) Struktur 1.....	120
Tabel 4.35 Hasil Uji Sobel ( <i>Sobel Test</i> ) Struktur 2.....	121
Tabel 4.36 Hasil Uji Sobel ( <i>Sobel Test</i> ) Struktur 3.....	122
Tabel 4.37 Hasil Uji Sobel ( <i>Sobel Test</i> ) Struktur 4.....	123
Tabel 5.1 Implikasi Manajerial .....	137

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Sepeda Motor Suzuki Satria Fu 150 tahun 2014-2016 Suzuki MPJM Wonosobo .....	13
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	57
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastitas Struktur 1 .....	97
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastitas Struktur 2 .....	98
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastitas Struktur 3 .....	99
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas (Histogram) Struktur 1 .....	100
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas (Normal P-P Plot) Struktur 1 .....	101
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas (Histogram) Struktur 2 .....	102
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas (Normal P-P Plot) Struktur 2 .....	103
Gambar 4.8 Hasil Uji Normalitas (Histogram) Struktur 3 .....	104
Gambar 4.9 Hasil Uji Normalitas (Normal P-P Plot) Struktur 3 .....	105
Gambar 5.1 Peningkatan Minat Beli .....	134
Gambar 5.2 Peningkatan Minat Beli .....	135
Gambar 5.3 Peningkatan Minat Beli .....	135

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	146
Lampiran B Tabulasi Data Penelitian .....	151
Lampiran C Hasil Penelitian .....	155

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis yang semakin berkembang dan maju disetiap eranya, dengan ditandai munculnya inovasi dan kreasi yang baru, yang tentunya melengkapi atau bahkan menyempurnakan produk-produk sebelumnya. Di segala aspek ataupun kategori tertentu, prospek bisnis yang dijalani mengalami perubahan. Perkembangan bisnis yang melejit membuat perusahaan harus meningkatkan segala urusan bisnis mereka, mulai dari operasional hingga pemasaran. Khususnya dibidang pemasaran, mereka dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk-produk perusahaan, tentunya dimaksudkan agar mampu bersaing di Pasar yang mereka masuki. Pemasaran menggerakkan visi, misi, dan perencanaan strategis perusahaan (Kotler,2008).

Persaingan menjadi permasalahan serius yang harus dihadapi dan disiasati oleh setiap perusahaan, agar mampu bertahan dipersaingan Pasar. Menurut Badan Pusat Statistik jumlah penduduk di Indonesia sebanyak 258 juta orang, dengan proporsi jumlah penduduk terdiri dari laki-laki sebanyak 129,9 juta orang dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 128,71 juta orang. Banyaknya jumlah penduduk diIndonesia merupakan sebuah indikator bahwa kebutuhan akan produk juga tinggi, hal ini dapat dijadikan sebagai lahan sasaran target konsumen bagi perusahaan, tentunya dengan jenis produk yang ditawarkan dan sesuai segmen

pasarnya. Perusahaan harus jeli membaca situasi dan menerapkan strategi yang jitu agar mampu bersaing.

Berbagai jenis produk unggulan yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan value masing-masing. Saat ini kebutuhan akan kendaraan bermotor di Indonesia terus meningkat. Kebutuhan akan transportasi menjadi sangat vital untuk melakukan kegiatan atau aktivitas yang dijalani, kendaraan menjadi salah satu alat transportasi untuk mempermudah mobilitas yang dilakukan oleh masyarakat.

Sepeda motor menjadi salah satu pilihan alternative transportasi darat yang banyak digunakan oleh masyarakat. Banyak jenis produk sepeda motor yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan ternama seperti Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, TVS, dll. Sepeda motor dengan merek-merek tersebutlah yang telah masuk di pasar otomotif Indonesia. Berikut data sales motorcycles & scooters negara-negara Asean berdasarkan AFF statistik, sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

**Data Sales Motorcycles & Scooters di beberapa Negara ASEAN**

Negara	Sales		
	2014	2015	2016
Indonesia	7.908.941	6.708.384	6.215.350
Malaysia	442.749	380.802	396.343
Philipina	790.245	850.509	1.140.338
Singapura	8.145	7.459	8.336
Thailand	1.701.535	1.639.090	1.738.231

Sumber : Asean Automotif Federation, diolah

Menurut Asean Automotif Federation (AAF) statistic tahun 2014-2016 (Tabel 1.1) Indonesia menjadi negara terbanyak menjual sepeda motor dibanding negara-negara asean lainnya seperti Malaysia, Philipina, Singapore, Thailand. Pada tahun 2014 Indonesia menjual sebanyak 7.908.941 unit dan tahun 2016 menjual sebanyak 6.215.350, meskipun pada tahun 2015 & 2016 mengalami sedikit penurunan Indonesia tetap memuncaki daftar urutan penjualan terbanyak.

Berbeda dengan Singapura, negara tersebut menjadi negara yang paling sedikit menjual unit sepeda motor pada tahun 2014 hingga tahun 2016, sebanyak 8.145 pada tahun 2014 dan 8.336 unit sepeda motor di tahun 2016, meskipun antara ketiga tahun tersebut mengalami fluktuasi penjualan. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa Indonesia merupakan negara yang memiliki daya konsumsi yang tinggi terutama alat transportasi berupa sepeda motor (lihat Tabel 1.1).

Saat ini di Indonesia sendiri terdapat beberapa merek-merek sepeda motor dengan kualitas top yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan ternama. Terdapat beberapa nama merek yang hingga saat ini menghiasi segmen pasar otomotif di Indonesia, seperti Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, TVS. Berikut data penjualan sepeda motor di Indonesia dari tahun 2014-2016, sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia Tahun 2014-2016**

Merek	Tahun (Unit)		
	2014	2015	2016
Honda	5,051,100	4.453.888	4,380,888
Yamaha	2,371,082	1.789.630	1,394,078
Suzuki	275,067	109,882	56,824
Kawasaki	165,371	115,008	97,662
TVS	9,575	2,747	1,873

Sumber: triatmono.co.id, diolah

Berdasarkan data penjualan sepeda motor diatas (Tabel 1.2), pada tahun 2014-2016 semua merek-merek sepeda motor tersebut rata-rata mengalami penurunan. Honda tetap menguasai segmentasi pasar di Indonesia khususnya dibidang automotif, dengan menduduki peringkat pertama. Honda tetap menjadi market leader dari tahun ketahun meskipun mengalami pada tahun 2014 sebanyak 5,051,100 dan tahun 2016 sebanyak 4,380,888. Yamaha menduduki peringkat kedua pada tahun 2014-2016 dengan penjualan sebanyak 2,371,082 di tahun 2014 dan 1,394,078 di tahun 2016.

Sementara itu sepeda motor merek Suzuki juga mengalami penurunan, pada tahun 2014-2016, sebanyak 275.067 unit sepeda motor terjual dan 56,824 terjual pada tahun 2016. Merek Kawasaki dan TVS menjadi salah satu merek yang kurang diminati di pasar automotif Indonesia, tahun 2014 Kawasaki dan TVS hanya menjual 165.371 unit dan 9.775 unit sepeda motor sementara penghujung tahun 2016 Kawasaki dan TVS hanya menjual 97,662 unit dan 1873 unit sepeda motor. Sepeda motor merek Honda dan Yamaha tetap menjadi alternative pilihan terbesar pada

pembelian unit sepeda motor di Indonesia pada tahun 2014-2016, pada tahun-tahun selanjutnya tidak menutup kemungkinan bahwa Honda dan Yamaha masih menduduki peringkat atas dalam jajaran merek-merek ternama dari penjualan unit sepeda motor di pasaromotif Indonesia.

Sepeda motor dengan merek-merek tersebutlah (Tabel 1.2) yang telah menjadi pilihan favorit masyarakat Indonesia beberapa tahun terakhir ini. Dari berbagai jenis produk sepeda motor yang dijual dipasaromotif di Indonesia tentunya sepeda motor tersebut memiliki kualitas dan desain interior yang tinggi sesuai selera dan keinginan. Setiap produk yang ditawarkan kepada konsumen tentunya memiliki citra merek yang berbeda-beda, terutama pada persepsi penilaian dan padangan akan produk tersebut.

Setiap produk yang ditawarkan kepada konsumen memiliki daya tarik tersendiri. Konsumen memperkirakan tawaran mana yang akan menghantarkan nilai anggapan tertinggi dan bertindak atas dasar pemikiran tersebut (Kotler,2008). Menurut Mowen minat beli merupakan penentu dari pembeli untuk melakukan suatu tindakan seperti membeli suatu produk atau jasa. Jenis produk yang diinginkan oleh konsumen tentunya produk yang memiliki kualitas yang bagus yang mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Banyak hal yang menjadi faktor pendorong seorang konsumen membeli suatu produk. Konsumen tentu mencari banyak informasi selengkap mungkin sebelum



membeli suatu produk. Minat beli seorang konsumen merupakan masalah yang sangat kompleks namun harus tetap menjadi perhatian perusahaan (Putri, 2013). Dorongan yang kuat dari konsumen dan produk yang dipilihnya sesuai dengan ekpekstasi atau harapannya memungkinkan konsumen tersebut membeli produk yang diincarnnya (Kotler, 2009).

Minat beli seorang konsumen dapat dipengaruhi oleh daya tarik suatu produk. Daya tarik yang tinggi dari suatu produk mendorong minat beli seorang konsumen terhadap produk tersebut. Daya tarik produk diibaratkan seperti sebuah gaya yang menarik konsumen untuk membeli produk yang bersangkutan. Daya tarik produk diartikan sebagai salah satu bentuk ketertarikan untuk membeli dari konsumen atas produk (Sallam, 2011).

Pada dasarnya sebuah produk ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen (Kotler, 2009). Produk-produk yang diciptakan oleh produsen tentunya memiliki daya tarik tersendiri, produk tersebut memiliki ciri khas atau keunggulan yang membuatnya memiliki daya saing dengan produk yang lainnya. Daya tarik tersebut dapat saja berasal dari desain, kualitas, fitur, fungsi dan faktor-faktor lainnya dari produk itu sendiri.

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 seperti merek-merek pada Tabel 1.2 yang menguasai pasar automotif Indonesia.

Berdasarkan Tabel 1.2 angka penjualan sepeda motor Suzuki terus merosot dipasar Indonesia khususnya mulai dari tahun 2014-2016, kemerosotan tersebut tentunya memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, banyak faktor yang dapat ditinjau, misalnya dari segi minat beli konsumen, daya tarik produk ataupun kualitas produk hingga desain dari sepeda motor Suzuki.

Saat ini di beberapa wilayah di Indonesia sepeda motor merek Suzuki sudah mulai turun peminatnya, konsumen sepeda motor lebih memilih sepeda motor dengan merek lain ketimbang sepeda motor Suzuki (Tabel 1.2). hal tersebut tidak berbeda jauh kondisinya di daerah Kabupaten Wonosobo, Wonosobo dengan jumlah penduduk 776.191 ribu jiwa dengan jumlah laki-laki sebesar 393.548 dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 382.643 dengan rata-rata pengeluaran sebesar 80.602 rupiah perkapita ditiap bulannya (sumber : Bps kab.Wonosobo 2015), penduduk Kabupaten Wonosobo tergolong masyarakat yang konsumtif terutama untuk kategori aneka barang dan jasa.

Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa kondisi di kabupaten Wonosobo tidak berbeda jauh dengan wilayah lainya, berdasarkan data yang didapat dari dealer sepeda motor Suzuki MPJM yang mana merupakan satu-satunya dealer Suzuki di kabupaten Wonosobo, informasi data yang didapat yakni dealer sepeda motor Suzuki MPJM Wonosobo mengalami penurunan pada beberapa tahun terakhir. Berikut data penjualan unit sepeda motor Suzuki MPJM Wonosobo dari tahun 2014-2016.

**Tabel 1.3**  
**Data Penjualan Sepeda Motor Suzuki tahun 2014-2016 Suzuki MPJM**  
**Wonosobo**

<b>Bulan</b>	<b>Tahun (Unit)</b>		
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Januari	46	17	3
Februari	35	15	8
Maret	34	9	5
April	26	4	7
Mei	43	7	1
Juni	27	3	7
Juli	44	8	2
Agustus	18	3	6
September	17	7	3
Oktober	22	6	5
November	17	2	1
Desember	12	6	3
<b>Total</b>	<b>341</b>	<b>87</b>	<b>51</b>

Sumber : Suzuki MPJM Wonosobo, diolah

Berdasarkan Tabel 1.3 dealer Suzuki MPJM Wonosobo mengalami penurunan penjumlahan unit sepeda motor terhitung sejak tahun 2015 dan 2016, karena berdasarkan narasumber pada tahun 2011 hingga 2014 penjualan sepeda motor

Suzuki MPJM Wonosobo masih tergolong stabil atau bahkan meningkat. pada Tabel 1.3 diatas terjadi penurunan yang drastis pada pola penjualan sepeda motor Suzuki MPJM Wonosobo, pada tahun 2016 hanya 51 unit sepeda motor saja yang terjual, 2015 hanya 87 unit sepeda motor berbeda dengan tahun 2014 yang masih tergolong cukup banyak dengan 341 unit sepeda motor Suzuki yang terjual.

Pada tahun 2014 rata-rata penjualan dealer Suzuki MPJM Wonosobo sebanyak 28 unit sepeda motor yang terjual, di awali pada bulan januari dengan 46 unit dan bulan desember 12 unit. Dealer Suzuki MPJM Wonosobo mengalami kemrosotan deratis pada tahun 2016, rata-rata penjualan ditiap bulannya hanya berkisar 4 unit sepeda motor terjual. Dengan demikian pangsa pasar atau market share sepeda motor Suzuki juga turun mulai tahun 2014 hingga penghujung tahun 2016.

**Tabel 1.4**

**Data Presentase perubahan penjumlah Suzuki MPJM Wonosobo dari tahun 2014-2016**

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan</b>	<b>Presentase Perubahan Penjualan</b>
2014	341	71,19%
2015	87	18,16%
2016	51	10,65%
Total		100%

Sumber: data primer, diolah

Berdasarkan Tabel 1.4 diatas dealer Suzuki MPJM Wonosobo mengalami perubahan penjualan yang deratis, pangsa pasar terus menurun sejak tahun 2014

sebesar 71,19%, kemudian merambat hingga tahun 2016 yang hanya sebesar 10,65%. Penurunan drastis pada tahun 2014-2015 sebesar 53,03%, (71,19% - 18,16%) merupakan angka yang besar dalam skala penurunan pangsa pasar sepeda motor, karena mengalami penurunan hingga setengah penjualan periode sebelumnya.

Kemudian Tahun 2015-2016 mengalami penurunan pangsa pasar sebesar 7,51% (18,16% - 10,65%) dari pada penjualan sepeda motor Suzuki pada tahun sebelumnya. Melihat data Tabel diatas, tidak dapat dipungkiri bahwa dealer Suzuki MPJM Wonosobo mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun 2014 hingga 2016, dan tentunya banyak faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan tersebut.

Sepeda motor merek Suzuki masih diminati oleh masyarakat meskipun sepeda motor merek Honda ataupun Yamaha masih menguasai pasaran sepeda motor, produk-produk sepeda motor keluaran Suzuki berdasarkan kelasnya diantaranya seperti disajikan pada tabel 1.5 dibawah ini:

**Tabel 1.5**  
**Produk-produk sepeda motor Suzuki**

<b>Kategori</b>	<b>Merk Sepeda Motor</b>	<b>Tipe</b>
Motor sport	Suzuki Thunder	Suzuki Thunder 125
	Suzuki Inazuma	Suzuki Inazuma 250 GW
		Suzuki Inazuma 250
Motor bebek semi-sport	Suzuki Satria	Suzuki Satria fu 150
		Suzuki Satria Fu 150 Black Fire
		Suzuki Satria Fu 150 Face lift
		Suzuki Satria Fu 150 Moto Gp
Motor bebek	Suzuki Shogun	Suzuki Shogun Axello 125 RR
		Suzuki Shogun Axello FL 125
		Suzuki Shogun Hyper Injection
	Suzuki Titan	Suzuki Titan FW 115 SCD CW
		Suzuki Titan FW 115 D
	Suzuki Smash	Suzuki Smash 110
		Suzuki New Smash 110 R
	Suzuki Nex	Suzuki Nex Top Case
Suzuki Nex FI 110 Nez		
Motor matik	Suzuki spin	Suzuki Spin 125 NR II
		Suzuki Spin 125 SR
	Suzuki Sky Drive	Suzuki Sky drive dinamatic
		Suzuki sky drive racing
	Suzuki Sky Wave	Suzuki Sky Wave NR
Suzuki Sky Wave CW		

Sumber: Macam-macam sepeda motor Suzuki diolah

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa produk-produk sepeda motor Suzuki memang cukup banyak dalam pasaran (lihat Tabel 1.5). Namun dalam penelitian ini berfokus pada salah satu produk sepeda motor andalan Suzuki dalam kategori sepeda motor bebek yakni Sepeda motor Suzuki Satria Fu 150.

Sepeda motor Suzuki Satria Fu 150 ini memiliki beberapa keunggulan spesifikasi diantaranya dilengkapi dengan jenis mesin 4-stroke DOHC, 4-valve single cylinder, liquid cooled, 150 CC, 6 percepatan tranmisi, kapasitas tangki 4.0 liter, tipe

rangka Underbone, velg Racing, desain ringan dan ramping dengan bobot hanya 109kg , lampu head lamp menggunakan lampu LED untuk pengiritan aki, rem cakram dobel depan belakang, full digital untuk speedomernya dan masih banyak spesifikasi lainnya yang membuat sepeda motor ini unggul dibandingkan sepeda motor bebek lainnya.

Sepeda motor Suzuki Satria Fu 150 merupakan produk andalan Suzuki pada kategori sepeda motor bebek yang mana produk tersebut cukup digemari dikalangan anak muda. Suzuki Satria Fu 150 yang mana merupakan produk andalan dari Suzuki tentu menjadi sorotan utama pada penjualan sebuah dealer resmi Suzuki, salah satunya dealer Suzuki MPJM Wonosobo. Berikut data penjualan dealer Suzuki MPJM Wonosobo untuk sepeda motor Suzuki Satri Fu 150 dari tahun 2014-2016, sebagai berikut:

Tabel 1.6

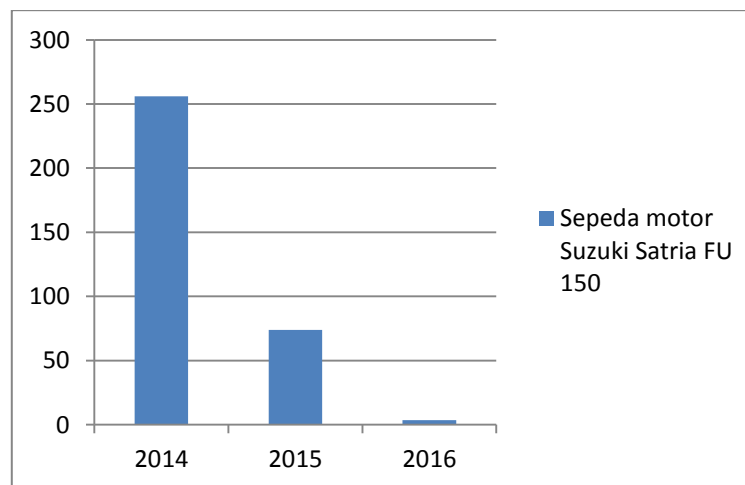
**Data Penjualan Sepeda Motor Suzuki Satria Fu 150 tahun 2014-2016 Suzuki MPJM Wonosobo**

Bulan	Tahun (Unit)		
	2014	2015	2016
Januari	31	14	3
Februari	24	11	7
Maret	26	7	5
April	16	3	7
Mei	34	5	1
Juni	16	3	7
Juli	39	8	2
Agustus	15	3	5
September	14	6	1
Oktober	18	6	4
November	14	2	1
Desember	9	6	3
<b>Total</b>	<b>256</b>	<b>74</b>	<b>46</b>

Sumber: Suzuki MPJM Wonosobo, diolah

Gambar 1.1

**Penjualan Sepeda Motor Suzuki Satria Fu 150 tahun 2014-2016 Suzuki MPJM Wonosobo**





Berdasarkan data penjualan sepeda motor Suzuki Satria Fu 150 (Tabel 1.6 dan gambar 1.1), pada jangka waktu tahun 2014-2016 dealer Suzuki MPJM Wonosobo mengalami penurunan, tahun 2016 hanya terjual 46 unit sepeda motor, tahun 2015 hanya terjual 74 unit sepeda motor, berbeda dengan tahun 2014, Sepeda motor Suzuki Satria Fu 150 terjual cukup banyak dengan 256 unit. Perbandingan penjualan yang cukup signifikan pada tahun 2014 hingga 2016.

Berdasarkan data-data diatas (Tabel 1.4 dan 1.6) tentunya ada beberapa faktor yang sekiranya mempengaruhi penjualan sepeda motor Suzuki di Kabupaten Wonosobo khususnya study pada dealer Suzuki MPJM Wonosobo yang satu-satunya dealer sepeda motor Suzuki yang masih bersaing dengan Honda ataupun Yamaha.

Berdasarkan data penjualan Tabel 1.4 dealer Suzuki MPJM Wonosobo mengalami penurunan penjualan yang drastis dalam kurun waktu tahun 2014-2016. Tak berbeda jauh dengan kondisi data penjualan Tabel 1.6 penjualan produk andalan sepeda motor Suzuki yaitu Suzuki Satria Fu 150 juga mengalami penurunan (lihat Tabel 1.6 dan gambar 1.1). berdasarkan data tersebut terjadi penurunan penjualan unit sepeda motor Satria Fu 150 dalam beberapa tahun terakhir terutama tahun 2014 hingga 2016 di Kabupaten Wonosobo. Berdasarkan data-data diatas tentunya banyak faktor yang mempengaruhi dalam penjualan sepeda motor ataupun dalam pembelian sepeda motor yang dilakukan oleh konsumen, khususnya pada konsumen sepeda motor Suzuki Satria Fu 150.

Banyak faktor yang mempengaruhi seorang konsumen dalam melakukan pembelian terhadap sebuah produk. Masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah terjadi penurunan pada eksistensi Sepeda motor Suzuki khususnya produk sepeda motor Satria Fu 150 (lihat Tabel 1.4, Tabel 1.6, dan Gambar 1.1) dan bagaimana meningkatkan kembali penjualan sepeda motor Suzuki melalui minat beli konsumen. Melalui penelitian ini diharapkan dapat mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya eksistensi produk Sepeda motor Suzuki Satria Fu 150 dengan faktor minat beli yang menjadi alasan yang utama dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang diatas, cukup menarik untuk dilakukan sebuah penelitian, sehubungan dengan hal tersebut maka peneliti menyikapi dengan sebuah penelitian yang berjudul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SEPEDA MOTOR SUZUKI SATRIA FU 150 DI KABUPATEN WONOSOBO" (Studi Pada Dealer Sepeda Motor Suzuki MPJM Wonosobo).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Banyak produk yang ditawarkan oleh perusahaan, setiap produk tersebut tentunya memiliki Spesifikasi dan Daya tarik tersendiri, dengan adanya daya tarik tersebut tentunya diharapkan mampu memikat hati para konsumen. Dalam memilih atau bahkan melakukan pembelian sebuah produk, konsumen tentu mempertimbangkan berbagai faktor, saat ia hendak membeli, produk yang konsumen inginkan tentunya sesuai harapan atau ekspektasi dari produk yang ia beli.

Setiap produk memiliki karakteristik masing-masing. Produk-produk otomotif misalnya, terkhusus sepeda motor, mengingat produk tersebut merupakan salah satu alat transportasi yang cukup penting bagi kebutuhan konsumen, sehingga dalam hal ini konsumen tentunya mempertimbangkan secara rinci dari produk yang akan dibelinya berdasarkan karakteristik-karakteristik tersebut.

Pada Tabel 1.4 didalamnya menjelaskan bahwa terjadi penurunan yang signifikan sepanjang tahun 2014-2016 pada penjualan sepeda motor Suzuki MPJM Wonosobo, dengan penurunan sebesar 290 unit sepeda motor selama 3 tahun tersebut. sedangkan pada tabel 1.6 dan gambar 1.1, dapat diketahui bahwa produk sepeda motor Suzuki Satria Fu 150 mengalami penurunan penjualan yang cukup drastis dari tahun 2014 hingga 2016, tahun 2016 hanya terjual 46 unit sepeda motor, berbeda cukup jauh dengan penjualan pada tahun 2014 yang masih mencapai 256 unit sepeda motor Suzuki Satria Fu 150. Meskipun mengalami penurunan, sepeda motor Suzuki Satria Fu 150 tentunya masih diminati oleh sebagian masyarakat di Kabupaten Wonosobo.

Sehubungan dengan latar belakang tersebut, maka masalah penelitian yang diusung adalah Bagaimana meningkatkan kembali penjualan dealer sepeda motor Suzuki MPJM Wonosobo, serta meningkatkan kembali minat beli konsumen khususnya pada produk sepeda motor Suzuki Satria Fu 150, berdasarkan masalah penelitian tersebut maka timbul pertanyaan-pertanyaan penelitian yaitu :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Daya Tarik Produk sepeda motor Suzuki Satria Fu 150?
2. Apakah Desain Produk berpengaruh terhadap Daya Tarik Produk sepeda motor Suzuki Satria Fu 150?
3. Apakah Desain Produk berpengaruh terhadap Nilai fungsional sepeda motor Suzuki Satria Fu 150?
4. Apakah Nilai fungsional berpengaruh terhadap Daya Tarik Produk sepeda motor Suzuki Satria Fu 150?
5. Apakah Daya Tarik Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen sepeda motor Suzuki Satria Fu 150?
6. Apakah Nilai fungsional berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen sepeda motor Suzuki Satria Fu 150?

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

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, mengidentifikasi, dan menganalisis sejauh mana hubungan kualitas produk, desain produk, serta nilai fungsional terhadap daya tarik suatu produk, yang nantinya apakah variabel-variabel tersebut akan berdampak pada minat beli seorang konsumen, khususnya pada produk sepeda motor Suzuki Satria Fu 150.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberi manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk memadukan, menerapkan dan menambah pengetahuan yang telah dipelajari selama menempuh kuliah dan di lapangan yang sesungguhnya, serta sebagai syarat menempuh Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Jurusan Manajemen.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu bahan referensi dan pertimbangan untuk keperluan akademik, khususnya dibidang ilmu pemasaran (*Marketing*).

3. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu sumber informasi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan atau instansi lainnya terutama mengenai Minat beli, Daya Tarik Produk, Nilai fungsional, Desain Produk, dan Kualitas Produk.

4. Bagi Penelitian yang akan datang

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu bahan acuan referensi ataupun bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya terutama yang

berkaitan dengan topik Minat beli, Daya Tarik Produk, Nilai fungsional, Desain Produk, dan Kualitas Produk.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pembacaan, sistematika penulisan dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **BAB I            PENDAHULUAN**

Pada bab I ini membahas tentang Landasan utama mengapa penelitian ini layak untuk diteliti. Pembahasan dalam bab I ini berupa Latar belakang masalah, Rumusan masalah, Tujuan dan Kegunaan penelitian, serta Sistematika penulisan.

##### **BAB II            TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab II ini membahas tentang landasan-landasan teori yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian. Dalam bab ini membahas tentang Landasan teori dan Penelitian terdahulu, Kerangka pemikiran, dan Hipotesis.

##### **BAB III           METODE PENELITIAN**

Pada bab III ini berisi tentang Variabel penelitian dan Definisi operasional, Populasi dan sampel, Jenis dan sumber data, Metode pengumpulan data, Metode analisis.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab keempat ini membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan alat analisis yang di tetapkan. Pada bab ini berisi Deskripsi objek penelitian, Analisis data, dan Interpretasi hasil.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bab V ini berisi tentang Kesimpulan dan Saran, Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan Saran untuk penelitian selanjutnya.