

**ANALISIS PENGARUH KEUNGGULAN  
PRODUK DAN HARGA KOMPETITIF  
TERHADAP MINAT BELI HONDA JAZZ DI  
KOTA SALATIGA  
(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Salatiga)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk mengajukan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi  
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

**ALDILA DESSY WAHYUSTYANI  
NIM. 12010111140254**

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

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Aldila Dessy Wahyustyani  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010111140254  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen  
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KEUNGGULAN  
PRODUK DAN HARGA KOMPETITIF  
TERHADAP MINAT BELI HONDA JAZZ  
DI KOTA SALATIGA (Studi Kasus Pada  
Masyarakat di Kota Salatiga)**  
  
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA., DBA.

Semarang, 05 Desember 2017

Dosen Pembimbing,

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

NIP. 1955.0423.1980.03.1.003

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Penyusun : Aldila Dessy Wahyustyani  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010111140254  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen  
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KEUNGGULAN  
PRODUK DAN HARGA KOMPETITIF  
TERHADAP MINAT BELI HONDA JAZZ  
DI KOTA SALATIGA (Studi Kasus Pada  
Masyarakat di Kota Salatiga)**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 27 Desember 2017**

Tim Penguji :

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

2. Idris, SE.,MSi (.....)

3. Drs.H.Mudiantono,M.Sc (.....)

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Aldila Dessy Wahyustyani, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **”ANALISIS PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN HARGA KOMPETITIF TERHADAP MINAT BELI HONDA JAZZ DI KOTA SALATIGA (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Salatiga)”** 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, tiru, 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 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, 17 Desember 2017

Yang membuat Pernyataan

Aldila Dessy Wahyustyani

NIM 12010111140254

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

(Al Insyirah : 6-8)

**Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta:**

**Sulistiyono, S.E dan Wahyu Rani Mustikowarno**

## ABSTRAK

Perkembangan pengguna mobil di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat pada setiap tahunnya. Akan tetapi, besarnya pengguna mobil di Indonesia tidak sejalan dengan besarnya jumlah penjualan Honda Jazz atau meningkatnya volume penjualan dari Honda Jazz. Persaingan ketat telah membuat volume penjualan mobil merek Honda Jazz mengalami fluktuasi dari waktu ke waktu. Penjualannya mengalami kemerosotan yang cukup tinggi pada tahun 2014 hingga 2015 silam.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Daya Tarik Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga Kompetitif terhadap Minat Beli yang diharapkan nanti dapat meningkatkan persentase atau volume penjualan Honda Jazz. Variabel Daya Tarik Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga Kompetitif sebagai variabel independen; Keunggulan Produk sebagai variabel intervening; dan Minat Beli sebagai variabel dependen.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Salatiga. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Data diperoleh dari kuesioner yang kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda melalui program *software SPSS (Statistical Package for Social Science) for windows* versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keseluruhan variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependennya, yakni minat beli. Variabel independen (Daya Tarik Desain Produk dan Kualitas Produk) memiliki pengaruh positif terhadap Keunggulan Produk; dan Keunggulan Produk memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli. Selain itu,, Harga Kompetitif sebagai variabel independen juga mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: *Daya Tarik Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Keunggulan Produk, dan Minat Beli*

## **ABSTRACT**

*The growth of car users in Indonesia has increased rapidly every year. However, the large number of car users in Indonesia is not in line with the number of sales of Honda Jazz or the sales volume of Honda Jazz. Tight competition has made the sales volume of Honda Jazz fluctuates from time to time. Sales are experiencing a fairly high decline in 2014 to 2015.*

*The purpose of this study is to determine the magnitude of the influence of Product Design Attractiveness, Product Quality, and Competitive Prices on Buying Interest variables, which is later can be expected to increase the percentage or sales volume of Honda Jazz. Product Design Attractiveness, Product Quality, and Competitive Prices as independent variables; Product Advantages as intervening variables; Buying Interest as dependent variables*

*The population used in this study is the entire resident in Salatiga. Sampling technique used in this research is by purposive sampling method. The sample used is 100 respondents.*

*Data were obtained from questionnaires which were then processed and analyzed using multiple linear regression analysis through SPSS (Statistical Package for Social Science) software program for windows version 23.*

*The results showed that all independent variables have a positive and significant effect on the dependent variable, namely Buying Interest.*

*Independent variables (Product Design Attractiveness and Product Quality) have a positive effect on Product Advantages; and Product Advantages have a positive effect on Buying Interest.*

*In addition, Competitive Price as an independent variable also has a direct positive effect on Buying Interest.*

*Keywords: Product Design Attractiveness, Product Quality, Competitive Price, Product Advantages, and Buying Interest*

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan kekuatan kesabaran dan kesehatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul, **"ANALISIS PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN HARGA KOMPETITIF TERHADAP MINAT BELI HONDA JAZZ DI KOTA SALATIGA (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Salatiga)"**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S-1) Jurusan Manajemen pada Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, hal ini dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan penulis, tentunya penulis tidak lepas dari kesalahan dan kekhilafan. Untuk itulah penulis dengan senang hati membuka diri terhadap segala kritik dan saran yang membangun guna kesempurnaan penulisan skripsi ini. Dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan dan petunjuk serta saran bantuan dari berbagai pihak, maka dengan segala kerendahan hati penulis dalam kesempatan ini ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Suharnomo., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, yang telah memberikan saran – saran dan arahan selama perkuliahan

2. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, yang telah menyetujui permohonan penyusunan skripsi
3. Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA., DBA, sebagai Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini
4. Dosen Wali, I Made Bayu Dirgantara, SE., MM yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa perkuliahan di Jurusan Manajemen Program Studi S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
5. Segenap dosen pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Undip
6. Kedua orang tua penulis yang tercinta Sulistiyono, S.E dan Wahyu Rani Mustikowarno dan juga adik-adik penulis Aldian Wahyu Winayunita dan Adi Saputra Wahyusulistyo atas perhatian, doa, dukungan, pengorbanan, serta cinta dan kasih sayang beliau yang tiada terputus
7. Kepada orang terdekat saya, Adi Adnan F. yang selalu memberikan semangat
8. Segenap keluarga besar penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala dukungan dan bantuannya
9. Sahabat dekat penulis di grup Ciwi-ciwi kece dan Odong-odong yang telah membantu dan mendukung penulis selama ini

10. Teman – teman Manajemen 2011 baik yang sudah lulus ataupun yang masih berjuang terima kasih untuk kebersamaan dan pengalamannya
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, dan bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 17 Desember 2017

Penulis,

Aldila Dessy Wahyustyani

NIM. 12010111140254

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	10
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis .....	10
1.3.2.2 Kegunaan Praktis .....	10
1.4 Sistematika Penulisan .....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	13

2.1	Landasan Teori .....	13
2.1.1	Keunggulan Produk .....	13
2.1.2	Daya Tarik Desain Produk .....	15
2.1.3	Hubungan Variabel Daya Tarik Desain Produk dengan Keunggulan Produk .....	17
2.1.4	Kualitas Produk .....	18
2.1.5	Hubungan Variabel Kualitas Produk dengan Keunggulan Produk .....	20
2.1.6	Minat Beli .....	21
2.1.7	Hubungan Variabel Keunggulan Produk dengan Minat Beli .....	23
2.1.8	Harga Kompetitif .....	24
2.1.9	Hubungan Variabel Harga Kompetitif dengan Minat Beli .....	25
2.2	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	27
BAB III METODE PENELITIAN .....		29
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	29
3.1.1	Variabel Penelitian .....	29
3.1.2	Definisi Operasional.....	29
3.2	Populasi dan Sampel .....	32
3.2.1	Populasi.....	32
3.2.2	Sampel.....	32
3.2.2.1	Penentuan Jumlah Sampel.....	32
3.2.2.2	Penentuan Penarikan Sampel .....	33
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	34
3.3.1	Jenis Data .....	34

3.3.2 Sumber Data.....	35
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.5 Metode Analisis Data.....	36
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	36
3.5.2 Analisis Kuantitatif .....	37
3.5.2.1 Uji Validitas .....	37
3.5.2.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.1 Uji Normalitas.....	38
3.6.2 Uji Multikolinieritas.....	38
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3.8 Uji Goodness of Fit .....	41
3.8.1 Koefisien Determinasi.....	41
3.8.2 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	41
3.8.3 Uji Hipotesis (Uji T) .....	42
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	44
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	44
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	45
4.2 Analisis Nilai Indeks dan Deskripsi Jawaban responden.....	47
4.2.1 Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Daya Tarik Desain Produk..	48
4.2.2 Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Kualitas Produk.....	50

4.2.3 Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Harga Kompetitif .....	52
4.2.4 Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Keunggulan Produk.....	54
4.2.5 Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Minat Beli .....	56
4.3 Analisis Data .....	58
4.3.1 Uji Validitas .....	58
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	60
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.4.1 Uji Normalitas.....	61
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	64
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	67
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
4.6 Uji Goodness of Fit .....	72
4.6.1 Koefisien Determinasi.....	72
4.6.2 Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	74
4.6.3 Uji Hipotesis (Uji T) .....	76
4.7 Pengujian Hipotesis.....	78
4.7.1 Pengujian Hipotesis 1.....	78
4.7.2 Pengujian Hipotesis 2.....	78
4.7.3 Pengujian Hipotesis 3.....	79
4.7.4 Pengujian Hipotesis 4.....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN .....</b>	<b>80</b>
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Implikasi Penelitian .....	81

5.2.1 Implikasi Teoritis .....	81
5.2.2 Implikasi Kebijakan .....	84
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	85
5.4 Penelitian Mendatang.....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	87
LAMPIRAN - LAMPIRAN .....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Jenis Mobil Di Indonesia Tahun 2011 – 2015 .....	3
Tabel 1.2	Penjualan Mobil Merek Honda Di Indonesia Tahun 2011 – 2016...	5
Tabel 1.3	Penjualan Honda Jazz di Indonesia Tahun 2011 – 2015.....	7
Tabel 3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	30
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
Tabel 4.4	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Daya Tarik Desain Produk (DTDS).....	49
Tabel 4.5	Analisis Deskriptif Daya Tarik Desain Produk.....	49
Tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (KP).....	51
Tabel 4.7	Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	51
Tabel 4.8	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga Kompetitif (HK) .....	53
Tabel 4.9	Analisis Deskriptif Harga Kompetitif .....	53
Tabel 4.10	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keunggulan Produk (KUP).....	54
Tabel 4.11	Analisis Deskriptif Keunggulan Produk .....	55
Tabel 4.12	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli (MB)..	56
Tabel 4.13	Analisis Deskriptif Minat Beli .....	57

Tabel 4.14	Uji Validitas .....	58
Tabel 4.15	Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolonieritas Persamaan Pertama .....	65
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolonieritas Persamaan Kedua.....	65
Tabel 4.18	Penjabaran Hasil Uji Multikolonieritas Persamaan Pertama .....	66
Tabel 4.19	Penjabaran Hasil Uji Multikolonieritas Persamaan Kedua.....	66
Tabel 4.20	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan Pertama .....	70
Tabel 4.21	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan Kedua .....	71
Tabel 4.22	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Persamaan Pertama.....	73
Tabel 4.23	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Persamaan Kedua .....	73
Tabel 4.24	Hasil Uji Signifikansi F Persamaan Pertama (Uji F) .....	74
Tabel 4.25	Hasil Uji Signifikansi F Persamaan Kedua (Uji F).....	75
Tabel 4.26	Hasil Uji Parsial (Uji T) Persamaan Pertama.....	76
Tabel 4.27	Hasil Uji Parsial (Uji T) Persamaan Kedua .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram) Persamaan Pertama .....	62
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot) Persamaan Pertama)	62
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram) Persamaan Kedua.....	63
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot) Persamaan Kedua	64
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas Persamaan Pertama .....	68
Gambar 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas Persamaan Kedua .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Kuesioner.....	92
LAMPIRAN B Tabulasi Data dan Hasil Pertanyaan Terbuka Responden.....	99
LAMPIRAN C Hasil Output SPSS.....	125

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Suatu penyebaran kegiatan dari sisi ekonomi, sosial, politik, dan budaya di Indonesia menyebabkan munculnya kebutuhan akan alat transportasi. Menurut Tjiptono (1997), transportasi merupakan alat yang berguna untuk memindahkan barang atau orang dalam kuantitas tertentu, ke suatu tempat tertentu, dalam jangka waktu tertentu. Di Indonesia, alat transportasi yang dimiliki terdiri dari transportasi darat, air, maupun udara. Perkembangan dari transportasi darat pun juga semakin beragam jenisnya, seperti mobil penumpang, bus, mobil barang, dan sepeda motor. Saat ini, kebutuhan masyarakat di Indonesia mengenai sarana transportasi semakin berkembang sejalan dengan semakin tingginya tingkat mobilitas dan semakin meningkatnya taraf kehidupan ekonomi masyarakat.

Di Indonesia, masyarakat membutuhkan sarana transportasi yang lebih efektif dan efisien seiring dengan aktivitas pekerjaan yang dilakukan, sehingga memungkinkan segala aktivitas tersebut dilakukan secara cepat. Perkembangan kebutuhan masyarakat akan kendaraan pribadi yang semakin pesat itu tidak bisa dipungkiri bahwa jenis kendaraan tersebut harus memenuhi kriteria dari setiap kepentingan masyarakat, apalagi bila masalah transportasi khususnya di kota-kota besar yang tidak diimbangi dengan alat transportasi massal, maka masyarakat cenderung memilih kendaraan pribadi untuk melayani keperluan mobilitas sehari-

hari. Pemilihan jenis kendaraan pribadi pun lebih dipersempit lagi kriterianya sehubungan dengan tingkat keamanan dan kenyamanan dalam hal mobilitas.

Mobil sebagai sarana transportasi pribadi menjadi salah satu kebutuhan di masyarakat Indonesia saat ini. Hal ini dikarenakan mobil dapat dipakai untuk transportasi di dalam maupun di luar kota dengan jarak tempuh yang relatif jauh, dan dapat dipakai kapan saja tanpa harus merasa kehujanan serta kepanasan seperti halnya sepeda motor. Selain itu, kebutuhan akan mobil ini juga didasari oleh semakin tingginya jumlah penduduk di Indonesia, yang diimbangi dengan semakin banyaknya jumlah anggota keluarga, kebutuhan akan keamanan dan kenyamanan mobilitas atau pun bergerak secara dinamis, serta kebutuhan lain seperti hanya untuk memenuhi gengsi pribadi atau meningkatkan *prestige* pemiliknya di kalangan masyarakat. Seiring dengan tuntutan kebutuhan akan mobil inilah yang mendukung adanya pertumbuhan dan mempengaruhi perkembangan bisnis dalam industri otomotif di Indonesia.

Mobil merupakan salah satu sarana transportasi darat yang banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari Tabel 1.1 yang menunjukkan perkembangan jumlah kendaraan bermotor jenis mobil di Indonesia dari tahun 2011 hingga tahun 2015.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Jenis Mobil Di Indonesia**  
**Tahun 2011 - 2015**

Tahun	Jumlah Mobil (Unit)
2011	9.548.866
2012	10.432.259
2013	11.484.514
2014	12.599.038
2015	13.480.973

*Sumber: [www.bappenas.go.id](http://www.bappenas.go.id)*

Berdasarkan data dari Tabel 1.1, pada tahun 2011 hingga tahun 2015 mobil di Indonesia mengalami peningkatan jumlah yang signifikan setiap tahunnya. Pada tahun 2011 terdapat 9.548.866 unit mobil dan mengalami peningkatan hingga 13.480.973 unit di akhir tahun 2015. Peningkatan inilah yang menyebabkan terjadinya persaingan diantara perusahaan mobil untuk dapat menarik konsumen agar mau menggunakan produknya.

Suatu perusahaan yang didirikan memiliki harapan bahwa dikemudian hari usahanya akan mengalami perkembangan serta kemajuan yang melesit pesat, sehingga perusahaan tersebut dapat memperoleh keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus dapat memasarkan barang atau pun

jasanya kepada konsumen agar kelangsungan hidup perusahaan tersebut dapat bertahan serta mampu bersaing dengan perusahaan yang lain.

Perkembangan industri otomotif pada negara yang sedang berkembang seperti Indonesia membuat tingkat persaingan di antara produsen mobil menjadi lebih ketat. Industri otomotif maupun produsen mobil terus meningkatkan keunggulan terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin beraneka ragamnya merek dan jenis mobil di Indonesia, sehingga konsumen harus semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Persaingan pasar yang semakin kompetitif saat ini menjadikan sebuah perusahaan berkemampuan untuk mengenal, menganalisis, dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan maupun keinginan konsumen. Oleh karena itu, munculnya faktor nilai atau manfaat dari produk-produk yang unggul serta harga yang kompetitif dapat menjadikan pertimbangan minat beli bagi konsumen.

Menurut Hasan (2013), minat beli merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, yakni dengan melakukan perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan, merekomendasikan, memilih, dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

Untuk mempertahankan atau bahkan merebut panga pasar dalam kondisi persaingan yang kompetitif, perusahaan harus dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat (Tjiptono, 2002). Salah satu produk mobil yang memiliki posisi kuat sebagai mobil yang disukai oleh banyak masyarakat adalah Honda.

Saat ini, penjualan mobil merek Honda di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari Tabel 1.2 yang menunjukkan penjualan mobil merek Honda di Indonesia dari tahun 2011 hingga tahun 2016.

**Tabel 1.2**  
**Penjualan Mobil Merek Honda Di Indonesia**  
**Tahun 2011 – 2016**

Tahun	Mobil (Unit)
2011	45.416
2012	69.320
2013	91.493
2014	159.147
2015	159.253
2016	199.364

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

Berdasarkan data dari Tabel 1.2 di atas, penjualan mobil Honda mengalami kenaikan secara terus-menerus. Tahun 2012, penjualan Honda mengalami kenaikan sebanyak 52,63% hingga menjadi 69.320 unit bila dibandingkan dengan 2011 lalu yang hanya berjumlah 45.416 unit mobil. Lalu pada tahun 2013, Honda mengalami kenaikan sebesar 31,98% atau kenaikan penjualan menjadi 91.493 unit. Persentase kenaikan penjualan Honda tahun 2012-2013 sebanyak 31,98%, lebih kecil bila dibandingkan dengan penjualan Honda di tahun 2011-2012 yakni sebesar 52,63%. Akan tetapi pada tahun 2014, Honda

telah mencapai penjualan sebanyak 159.147 unit atau kenaikan hingga mencapai 73,94%. Akhir tahun 2015, penjualan Honda kembali mengalami kenaikan dan tercatat penjualan sebesar 159.253 unit, namun kenaikan penjualan tersebut hanya menyentuh persentase sebesar 0,06%. Lalu pada tahun 2016, Honda mencatatkan kinerja penjualan yang gemilang. Angka penjualannya melonjak dari 159.253 menjadi 199.364 unit. Nilai jual yang cukup baik menjadi salah satu kunci mengapa Honda digemari konsumen Indonesia. Wajar, apabila banyak konsumen yang memanfaatkan mobil ini sebagai investasi (Nugroho, 2013).

Produk –produk Honda yang diperjualbelikan di Indonesia adalah Accord, Brio, City, Civic, CR-V, HR-V, Jazz, Mobilio, Freed, Odyssey, CR-Z, dan tipe terbaru saat ini adalah Honda BR-V. Naiknya penjualan pada Honda tidak sejalan dengan produk Honda tipe Jazz yang mengalami fluktuasi penjualan setiap tahunnya. Honda Jazz adalah salah satu tipe mobil yang ikut bersaing dalam pasar mobil sekarang ini. Berikut disajikan Tabel 1.3 mengenai penjualan Honda Jazz di Indonesia dari tahun 2011 – 2015.

**Tabel 1.3**  
**Penjualan Honda Jazz di Indonesia**  
**Tahun 2011 – 2015**

Tahun	Penjualan (Unit)
2011	19.440
2012	21.244
2013	27.803
2014	22.329
2015	17.345

*Sumber: www.honda-indonesia.com*

Dari Tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa selama tahun 2011, penjualan Honda Jazz di Indonesia mencapai 19.440 unit dan terus-menerus mengalami peningkatan penjualan menjadi 21.244 unit di tahun 2012 serta 27.803 unit di tahun 2013. Namun, pada tahun 2014 hingga 2015 lalu, Honda Jazz mengalami penurunan penjualan. Berdasarkan tabel tersebut tercatat persentase kemerosotan penjualan pada tahun 2014 sebesar 5.474 unit atau sebanyak 19,68%. Pada tahun 2015 kemerosotan penjualan Honda Jazz terjadi lagi yakni sebesar 4.984 unit atau sebesar 22,32%. Dari tabel-tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan pengguna kendaraan jenis mobil di Indonesia serta peningkatan penjualan mobil merek Honda di Indonesia secara terus menerus tidak berdampak baik bagi Honda tipe Jazz yang mengalami fluktuasi penjualan, bahkan penurunan jumlah penjualan di beberapa tahun terakhir.

Berdasarkan uraian dan pemaparan latar belakang di atas, penulis sangat tertarik dalam melakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat pembelian Honda Jazz.

Maka dari itu, penulis melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN HARGA KOMPETITIF TERHADAP MINAT BELI HONDA JAZZ DI KOTA SALATIGA (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Salatiga)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang serta penjelasan data yang diutarakan di atas, dapat dilihat bahwa sesungguhnya perkembangan pengguna mobil di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat pada setiap tahunnya. Volume penjualan dari produk Honda pun secara keseluruhan juga meningkat. Akan tetapi, besarnya volume penjualan dari Honda tersebut tidak sejalan dengan volume penjualan Honda tipe Jazz yang mengalami penurunan dari waktu ke waktu, bahkan terjadi kemerosotan tingkat penjualan yang cukup tinggi dan signifikan pada tahun 2015.

Dengan demikian, dasar permasalahan dari penelitian ini adalah *“adanya tingkat penurunan volume penjualan Honda Jazz dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2015”*. Maka, masalah penelitian yang dapat dikembangkan di sini adalah *“Bagaimana meningkatkan volume penjualan Honda Jazz?”* dan *“Bagaimana menumbuhkan keinginan atau menarik konsumen untuk membeli produk Honda Jazz?”*.

Dari dasar permasalahan di atas, dapat dirumuskan beberapa pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah daya tarik desain produk berpengaruh terhadap keunggulan produk Honda Jazz?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan produk Honda Jazz?
3. Apakah keunggulan produk berpengaruh terhadap minat pembelian Honda Jazz?
4. Apakah harga kompetitif berpengaruh terhadap minat pembelian Honda Jazz?

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

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, adapun penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui:

1. Pengaruh daya tarik desain produk terhadap keunggulan produk Honda Jazz.
2. Pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan produk Honda Jazz.
3. Pengaruh keunggulan produk terhadap minat pembelian Honda Jazz.
4. Pengaruh harga kompetitif terhadap minat pembelian Honda Jazz.

## **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

### **1.3.2.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori yang ada mengenai pengaruh daya tarik desain produk dan kualitas produk terhadap keunggulan produk Honda Jazz, serta pengaruh keunggulan produk dan harga kompetitif terhadap minat pembelian Honda Jazz.

### **1.3.2.2 Kegunaan Praktis**

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan serta manfaat sebagai berikut :

#### **1. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan informasi-informasi tambahan kepada pihak perusahaan dalam hal seberapa besar atau tinggi pengaruh dari daya tarik desain produk dan kualitas produk terhadap keunggulan produk, serta pengaruh keunggulan produk dan harga kompetitif terhadap minat pembelian Honda Jazz. Sehingga, pihak perusahaan dapatb ahan pertimbangkan dalam menentukan strategi pemasaran agar dapat meningkatkan volume penjualan perusahaannya di waktu mendatang.

#### **2. Bagi Konsumen**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan informasi tambahan kepada pihak konsumen dalam proses pembelian Honda Jazz.

#### **3. Bagi kalangan Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi-informasi tambahan, kontribusi, serta referensi kepada kalangan akademik, terutama mahasiswa yang akan melakukan penelitian ulang mengenai minat beli Honda Jazz dan dalam hal pengembangan studi mengenai pemasaran.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

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

Bab I ini menjadi pengantar dalam menjelaskan mengapa penelitian ini menarik untuk diteliti, apa yang diteliti, dan untuk apa penelitian dilakukan.

Pada bab ini diuraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

##### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Bab II ini berisi tentang teori - teori sumber terbentuknya hipotesis juga sebagai acuan untuk melakukan penelitian.

Pada bab ini diuraikan mengenai Landasan Teori, Hubungan antar Variabel dan Hipotesis, serta Kerangka Pemikiran Teoritis.

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

Bab III ini menjelaskan metode serta variabel yang digunakan dalam penelitian.

Pada bab ini diuraikan mengenai Variabel Penelitian dan Definisi Operasional, Populasi dan Sampel, Jenis dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Metode Analisis Data, serta Uji Asumsi Klasik.

#### BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini menjelaskan hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis menggunakan metode penelitian yang ditetapkan untuk selanjutnya diadakan pembahasan.

#### BAB V : KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN

Bab V ini merupakan bab terakhir dan penutup dari penulisan skripsi ini.

Pada bab ini diuraikan mengenai Ringkasan Penelitian, Kesimpulan Hipotesis, Kesimpulan Masalah Penelitian, Implikasi Penelitian, Implikasi Manajerial, Keterbatasan Penelitian, dan Penelitian Mendatang.