

ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, CITRA MEREK, PREFERENSI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada konsumen Sepeda Motor Matic Yamaha Mio 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:

YUSUF NURZAINI

NIM. 12010113140244

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2018**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Yusuf Nurzaini
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113140244
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI
PRODUK, CITRA MEREK, PREFERENSI
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

Dosen Pembimbing : Imroatul Khasanah, SE.,MM

Semarang, Februari 2018

Dosen Pembimbing

Imroatul Khasanah, SE.,MM

NIP. 197510152002122004

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Yusuf Nurzaini
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113140244
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI
PRODUK, CITRA MEREK, PREFERENSI
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 5 Maret 2018

Tim Penguji:

1. Imroatul Khasanah, S.E., MM. (.....)
2. Dr. Farida Indriani, SE., MM. (.....)
3. Dr. H. Susilo Toto Rahardjo, SE., MT. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Yusuf Nurzaini, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek, Preferensi Merek, Terhadap Keputusan Pembelian** (studi pada konsumen sepeda motor matic Yamaha Mio di Kota Semarang)” adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagian tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan saya yang saya salin itu, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja 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 diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang,

Yang membuat pernyataan,

Yusuf Nurzaini

NIM. 12010113140244

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Bersabar adalah tabah hati tanpa mengeluh dalam menghadapi godaan dan rintangan dalam jangka waktu tertentu dalam mencapai tujuan.

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini saya persembahkan khusus untuk kedua orang tua, dan adik saya:

1. Bapak Matori
2. Ibu Gimah
3. Adik,Ariyani
Novitasari

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena munculnya berbagai merek-merek baru khususnya untuk kategori sepeda motor matic. Saat ini pangsa pasar sepeda motor matic di kuasai oleh yamaha mio. Hal ini menandakan semakin ketatnya persaingan di dunia pejualan sepeda motor dalam merebut pasar. Penelitian ini berujuan untuk menguji pengaruh variabel diferensiasi produk, citra merek dan preferensi merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Yamaha Mio di kota Semarang.

Jumlah sampel sebanyak 100 responden diambil dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dimana analisis tersebut meliputi : uji validitas, uji reliabilitas, uji asmsi klasik, uji regresi linier bergannda, uji t, uji F, uji determinasi.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa semua variabel independen diferensiasi produk (0,273), citra merek (0,330) dan preferensi merek (0,284) mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Kata kunci : diferensiasi produk, citra merek, preferensi merek, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research is based on the phenomenon of the emergence of various new brands, especially for motorcycle matic category. Currently the market share of motorcycles matic controlled by yamaha mio. This indicates the increasingly tight competition in world sales of motorcycles in seizing the market. This study aims to examine the effect of product differentiation variables, brand image and brand preference on motor Matic Yamaha mio purchasing decision in Semarang city.

The number of samples of 100 respondents was taken by purposive sampling technique. Data analysis method used is multiple regression analysis, where the analysis include: validity test, reliability test, classic assay test, linear regression test bergannda, t test, F test, test of determination.

The result of multiple regression analysis showed that all independent variables of product differentiation (0,273), brand image (0,330) and brand preference (0,284) have positive and significant relation to dependent variable that is purchasing decision.

Keywords: product differentiation, brand image, brand preference, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulispanjatkan kehadiran Allah SWT karena atas karunia Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek, Preferensi Merek, Terhadap Keputusan Pembelian.** Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Matori, Ibu Gimah dan adik Ariyani Novitasari yang tiada henti memberikan doa, motivasi, semangat dan nasehat yang begitu berarti bagi penulis.
2. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E., selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
4. Ibu Imroatul Khasanah, S.E.,M.M., selaku dosen pembimbing atas waktu, perhatian, kesabaran dan segala bimbingan serta arahnya selama penulisan skripsi ini.

5. Bapak Drs. Prasetiono, M.Si., selaku dosen wali bagi penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis selama melakukan studi.
7. Para senior Manajemen Universitas Diponegoro yang terus memberikan semangat dan bantuan serta saran dalam penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu
8. Para responden yaitu konsumen sepeda motor matic yamaha mio yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penelitian ini.
9. Seluruh staf tata usaha, pegawai perpustakaan dan karyawan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan bantuan selama masa studi.
10. Teman - teman Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Angkatan 2013 yang selalu memberikan canda tawa dan support, Muhammad Nabil Huda, Choirul Imam S, M fidho, Aldo, Krisna, Alponso dan teman-teman Manajemen 2013 yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, Februari 2018

Penulis,

Yusuf Nurzaini

NIM.12010113140244

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	5
1.4 Sistematika Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Perilaku Konsumen	7
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.3 Diferensiasi Produk	12

2.1.3.1 Hubungan Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	13
2.1.4 Citra Merek	13
2.1.4.1 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian ...	16
2.1.5 Preferensi Merek	16
2.1.5.1 Hubungan Preferensi Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Penelitian teoritis	19
2.4 Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	21
3.1.1 Variabel Penelitian.....	21
3.1.2 Definisi Operasional.....	22
3.2 Penentuan Populasi Dan Sampel	24
3.2.1 Populasi	24
3.2.2 Sampel	24
3.3 Jenis Dan Sumber Data	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	26
3.5 Metode Analisis	28
3.5.1 Analisis Angka Indeks.....	28
3.5.2 Uji Validitas	29
3.5.3 Uji Reliabilitas	30
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	30
1 Uji Normalitas.....	30
2 Uji Heteroskedastisitas.....	31

3 Uji Multikolinearitas	32
3.5.5 Analisis Linier Berganda	32
3.5.6 Uji Hipotesis	33
3.5.6.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	33
3.5.6.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t)	35
3.5.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	35
BAB IV PEMBAHASAN.....	37
4.1 Profil Responden	37
4.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	37
4.1.2 Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.1.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	39
4.2 Angka Indeks Jawaban Responden Pervariabel	40
4.2.1 Jawaban Responden Terhadap Indikator Variabel Diferensiasi Produk	42
4.2.2 Jawaban Responden Terhadap Indikator Variabel Citra Merek	46
4.2.3 Jawaban Responden Terhadap Indikator Variabel Preferensi Merek	48
4.2.4 Jawaban Responden Terhadap Indikator Variabel Keputusan Pembelian.....	50
4.3 Analisis Data	53
4.3.1 Uji Validitas	53
4.3.2 Uji Reliabilitas	54
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
4.3.3.1 Uji Multikolinearitas	55

4.3.3.2. Uji Heteroskedasitas	56
4.3.3.3. Uji Normalitas	57
4.3.4 Analisis Regresi Berganda	59
4.3.5 Pengujian Hipotesis.....	61
4.3.5.1. Uji F	61
4.3.5.2. Uji Koefisien Determinan	62
4.3.5.3. Uji t	62
4.4 Pembahasan	64
4.4.1 Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	64
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	64
4.4.3 Pengaruh Preferensi Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	65
BAB V PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	68
5.3 Keterbatasan Penelitian	69
5.4 Agenda penelitian yang akan datang.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Data Penjualan Motor AISI Tahun 2014 - 2016.....	3
Tabel 2.1 Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	8
Tabel 2.2 Penelitian terdahulu.....	18
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Perbulan.....	40
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Diferensiasi Produk	42
Tabel 4.6 Deskripsi Indeks Diferensiasi Produk.....	45
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek	45
Tabel 4.8 Deskripsi Indeks Citra Merek	47
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Preferensi Merek	48
Tabel 4.10 Deskripsi Indeks Preferensi Merek	50
Tabel 4.11 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.12 Deskripsi Indeks Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.16 Uji Regresi Berganda	60
Tabel 4.17 Hasil Uji F Tahap.....	61
Tabel 4.18 Hasil Determinasi.....	62
Tabel 4.19 Uji t	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Tahapan Keputusan Pembelian.....	10
Gambar 2.3 Kerangka Pikir Teoritis	20
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	57
Gambar 4.2 Histogram Normalitas	58
Gambar 4.3 Scatter Plot yang Menunjukkan Normalitas.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Tabulasi Data Mentah.....	82
Lampiran 3 Hasil Reliabilitas dan Validitas	86
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	93
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi	96

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan suatu usaha bisnis semakin ketat, perusahaan harus mampu membuat sebuah strategi yang tepat untuk menguasai persaingan antar perusahaan demi menjaga keseimbangan dan meningkatkann profit. Perusahaan yang tidak mempunyai strategi kuat dan sangat jitu, tidak bisa berkembang karena seiring waktu pesaing akan bermunculan dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat. Saat ini, beragam kegiatan yang dilakukan semua ingin serba secepat dan efisien. Supaya setiap manusia ingin pekerjaannya secara cepat dibutuhkan fasilitas pendukung, seperti transportasi. Kebutuhan transportasi menjadi salah satu kebutuhan yang penting, sebagian besar masyarakat memilih menggunakan transportasi pribadi seperti sepeda motor dibanding transportasi umum.

Sepeda motor adalah fasilitas pendukung yang banyak digunakan masyarakat untuk bekerja, karena mampu melewati kemacetan didalam kota ataupun diluar kota. Salah satu keunggulan sepeda motor merek Yamaha adalah mempunyai model atau tipe yang bermacam-macam, irit bahan bakar, tersedia suku cadang dengan harga yang terjangkau (Ferrinnadewi, 2008).

Kemudahan untuk kredit sepeda motor pada saat ini sangat mudah dilakukan, membuat masyarakat lebih ingin membeli dan hal ini menambah angka penggunaan sepeda motor dalam waktu ke waktu mengalami peningkatan.

Perusahaan sepeda motor mengeluarkan produk – produk terbaru untuk memenuhi permintaan konsumen, maka bisa dilihat berbagai produk yang bervariasi sepeda motor dengan berbagai merek yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Dalam bisnis sepeda motor yang semakin bersaing bisa dilihat dengan berbagai macam produk – produk yang sudah dijual dipasar dengan harga, kualitas, karakteristik, manfaat, dan ukuran yang berbeda. Merek bisa menjadi perbandingan pembeda antara produk satu dengan yang lain. Kelebihan merek mampu menemukan suatu produk yang diinginkan dan membantu konsumen untuk mengingat.

Seiring dengan meningkatnya daya beli konsumen dan gaya belanja masyarakat Indonesia yang konsumtif dan menjaga gengsi merupakan pasar yang potensial untuk produsen - produsen dari dalam bahkan luar negeri untuk bisa memasarkan produknya di Indonesia. Merek bisa memberikan hal yang positif untuk konsumen .

Keyakinan dan pandangan untuk produk yang mampu membuat konsumen yakin mengeluarkan biaya yang mahal untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Merek adalah alat perbandingan produk yang diberikan perusahaan untuk konsumen sebagai alat banding (Kotler dan Keller, 2007). Disisi lain sebuah merek bisa menjadikan pemasukan profit perusahaan, oleh sebab itu merek menjadi alasan keputusan yang tepat yang perlu diperhatikan oleh perusahaan.

Pada pengambilan keputusan pembelian setiap konsumen preferensi merek menjadi penting di dalam pertimbangan. Preferensi merek dipandang sebagai segala sesuatu dimana konsumen lebih memilih merek dari suatu produk berdasarkan pengalaman pertamanya di dalam menggunakan merek tersebut dibandingkan dengan merek lain yang sejenis (Hellier et al, 2003).

Produk harus didiferensiasikan supaya dapat diberi merek (Kotler & Keller, 2009:8). Hal ini akan membedakan bagaimana produk itu berbeda dan dapat bersaing dengan produk lain.

Tabel 1.2

Data Penjualan Motor Tahun 2014 - 2016

MERREK	2014	2015	2016
BEAT	2.062.745	1.596.302	1.814.600
VARIO	1.149.706	1.347.913	1.306.600
MIO	846.913	556.458	389.852
SCOOPY	285.830	282.328	528.622

Sumber : Asosiasi industri sepeda motor

Menurut tabel 1.2, penjualan sepeda motor masih dipimpin oleh Honda Beat pada tahun 2014 – 2016 meskipun penjualan mengalami penurunan dan kenaikan pada tahun 2016, untuk merek Yamaha Mio mengalami penurunan terus menerus dari tahun 2014 – 2016 adanya permasalahan dalam sistem penjualan sepeda motor. Sedangkan posisi ke tiga di tempati oleh Honda Scoopy yang juga mengalami penurunan dari tahun ketahun. Hasil data penjualan yang telah di buat

oleh Asosiasi Industri Sepedamotor (AIS) produk Yamaha mempunyai kesulitan untuk mempertahankan relevansinya di dunia sepeda motor.

Menurut table, dan jumlah penurunan penjualan merek “Mio” dalam kategori sepeda motor matic sehingga penelitian ini mengangkat judul **“ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK CITRA MEREK DAN PREFERENSI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIC “MIO”**

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang menjadi dasar penelitian ini dapat dilihat dari data penjualan sepeda motor matic Yamaha Mio yang mengalami tingkat penurunan dari tahun ke tahun.

1. Apakah terdapat pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic “Mio”?
2. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic “Mio”?
3. Apakah terdapat pengaruh preferensi merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic “Mio”?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic “Mio”.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic “Mio”.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh preferensi merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic “Mio”.

1.3.2 Kegunaan penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang faktor- faktor yang meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor matic.

2. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dasar acuan ataupun bahan masukan bagi pelaku pemasaran dalam menentukan strategi pemasaran dan keputusan pembelian sepeda motor matic.

3. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan digunakan sebagai acuan atau informasi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian sepeda motor matic.

1.4 Sistematika Penulisan

Skripsi ini akan disajikan dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab Tinjauan Pustaka berisi tentang landasan teori penunjang, penelitian terdahulu yang sejenis, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab Metode Penelitian berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sample, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Penutup berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dan saran dari analisis.