

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

GEORGE FRENGKY TUANAKOTTA

11044332

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2012

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sepeda Motor Honda Beat Di Yogyakarta

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

GEORGE FRENGKY TUANAKOTTA

NIM : 11044332

Jurusan : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2012

HALAMAN PERSETUJUAN



Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh,

Dosen Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized oval shape with a vertical line through it and a horizontal line at the top.

(Petra Surya Mega Wijaya, SE. M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian

Syarat-syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

Mengesahkan

Dekan,

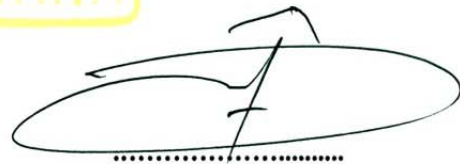


(Insiwijati Prasetyaningsih, Dra, MM)



Dewan Penguji:

1. **Petra Surya Mega Wijaya, SE.M.Si**
2. **Drs. Purnawan Hardiyanto, MEcDev**
3. **Dra. Agustini Dyah Respati, MBA**



.....



.....



.....

MOTTO

*" Seseorang dapat meraih kesuksesannya dalam segala hal bila
dia memiliki semangat yang tidak terbatas "*

(Charles M. Schwab)

*" Tak seorangpun belajar tanpa membuat kesalahan, makin banyak kesalahan
yang akan ia buat untuk kemudian mencoba lebih banyak hal-hal baru "*

(Peter f. Ducker)

*"Tidak peduli berapa kali Anda gagal , yang penting adalah
berapa kali Anda bangkit"*

(Abraham Lincoln)

*Seorang pemimpin yang baik adalah yang bisa membesarkan
semangat dan harapan-harapan kepada anak buahnya*

(Napoleon Bonaparte)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan anugerah, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Sepeda Motor Honda Beat di Yogyakarta dengan baik.

Penulisan laporan ini merupakan kelengkapan dan pemenuhan dari salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Selain itu bertujuan melatih mahasiswa untuk dapat menghasilkan suatu karya yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, sehingga dapat bermanfaat bagi penggunanya.

Dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini, penulis telah banyak menerima bimbingan, saran dan masukan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Tuhan yang selalu memberikan penyertaan dan rahmatnya sehingga penulis mampu menyelesaikan dan mengerjakan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Petra Surya Mega Wijaya, SE. M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingannya dengan sabar, memberikan masukan serta kritikan pada pengerjaan tugas akhir ini.
3. Bapak-bapak serta ibu-ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah berjasa mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama mengikuti pendidikan di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

4. Papa (Almarhum) dan Mama tercinta atas kerja keras, serta dukungan doa, moral maupun materi selama menempuh bangku perkuliahan sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dan kuliah dengan baik.
5. Tante Nane dan keluarga besar ku yang telah memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.
6. Kakak dan adik ku yang selalu memberi semangat dan dorongan kepada penulis.
7. Teman-teman angkatan ku dan teman-teman kampus (Ria, James dkk).
8. Teman-teman kost ku. (Lucky tersayang.....gukguk) yang telah memberikan hiburan kepada saya.
9. My lovely dear (Cesaria Widiastuti), terimakasih untuk perhatian dan semangatnya selama ini.
10. Mbak Lilis, dan Pak antonius selaku tenaga administrasi Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang selalu ramah setiap kali penulis membutuhkan informasi selama penyusunan skripsi ini dan membuat penulis merasa *home* banget.
11. Teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
12. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, sehingga laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa program dan laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian. Sehingga suatu saat penulis dapat memberikan karya yang lebih baik lagi.

Akhir kata penulis ingin meminta maaf bila ada kesalahan baik dalam penyusunan laporan maupun yang pernah penulis lakukan sewaktu membuat program Tugas Akhir. Dan semoga ini dapat berguna bagi kita semua.

Yogyakarta, Februari 2012

Penulis

George Frengky Tuanakotta



UKDIN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAKSI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	4

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pemasaran	7
2.1.1. Menurut Philip Kotler	7
2.1.2. Menurut AMA.....	7
2.1.3. Menurut William J. Stanton.....	8
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.3. Marketing Mix.....	10
2.4. Perilaku Konsumen.....	13
2.4.1. Pengertian Perilaku Pembelian.....	14
2.4.2. Teori Perilaku Konsumen.....	14
2.4.3. Model Perilaku Konsumen.....	19
2.4.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	26
2.5. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	27
2.6. Hipotesis.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	34
3.2. Subyek dan Obyek Penelitian.....	34
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	34
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5. Teknik Pengukuran Data.....	35
3.6. Populasi dan Sampel.....	36
3.7. Uji Instrumen Penelitian.....	37

3.8. Profil atau Karakteristik Konsumen.....	39
3.9. Kepuasan Pelanggan.....	40

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Kota Yogyakarta.....	44
4.2. Obyek Penelitian.....	47
4.3. Pengujian Uji Instrumen.....	54
4.4. Profil Konsumen Honda Beat di Yogyakarta.....	56
4.5. Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan.....	60
4.6. Perhitungan Tingkat Kepentingan.....	64
4.7. Perhitungan Tingkat Kepuasan.....	67
4.8. Analisis Kepuasan Pelanggan.....	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	72
5.2. Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Model Perilaku Konsumen / Pembeli.....	18
Tabel 4.1.	Penduduk Menurut Kota dan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2.	Ketersediaan Sparepart.....	50
Tabel 4.3.	Hasil Analisis Validitas.....	55
Tabel 4.4.	Hasil Reliabilitas.....	56
Tabel 4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	59
Tabel 4.9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	59
Tabel 4.10	Tingkat Kepentingan.....	64
Tabel 4.11	Urutan Tingkat Kepentingan Atribut.....	65
Tabel 4.12	Tingkat Kepuasan.....	67
Tabel 4.13	Urutan Tingkat Kepuasan.....	68

DAFTAR GAMBAR

2.1. Konsep Kepuasan Konsumen.....	29
4.1. Skala Indeks Kepuasan Konsumen.....	63

© UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Jawaban Responden
Lampiran III	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran IV	Karakteristik Responden
Lampiran V	Uji Hipotesis
Lampiran VI	Surat Ijin Penelitian

© UKDW

ABSTRAKSI

Adapun tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan dari atribut-atribut yang ditawarkan sepeda Motor Honda Beat di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan sepeda Motor Honda Beat di Yogyakarta dengan sampel sebanyak 100 responden. Responden tersebut kemudian diberikan kuesioner yang berisikan tentang profil responden dan tanggapan mengenai atribut kepentingan dan atribut kepuasan sepeda Motor Honda Beat. Sebelum analisis data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner tersebut harus terlebih dahulu diuji tingkat validitasnya dan reliabilitasnya. Setelah dilakukan pengujian ternyata diperoleh hasil bahwa semua instrument dinyatakan valid dan reliabel.

Kemudian untuk membuktikan hipotesis yang ada pada penelitian ini maka digunakan alat analisis indek kepuasan pelanggan. Dari hasil analisis diperoleh hasil bahwa Indek Kepuasan Pelanggan berada pada tingkat Puas terhadap atribut yang ada. Dengan kata lain pihak pengelola sepeda Motor Honda Beat telah mampu memberikan kepuasan yang terbaik bagi pelanggan.

Kata Kunci : Kepuasan, Pelanggan.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kondisi pasar yang semakin kompetitif ini, strategi yang diterapkan oleh perusahaan dalam menawarkan dan memasarkan produk mereka harus benar-benar dirancang dengan baik, sehingga akan menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan. Salah satu strategi yang diterapkan oleh perusahaan saat ini dalam mempertahankan atau membangun penjualan di masa yang akan datang adalah melakukan pengembangan atau meluncurkan produk baru untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas konsumen.

Perusahaan dapat mengembangkan produk baru dalam laboratorium sendiri atau mengontrak peneliti untuk mengembangkan produk-produk baru tertentu bagi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Cara ini bisa diambil dari hasil keluhan atau masalah yang pernah dihadapi oleh konsumen pada saat konsumen menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Perkembangan otomotif di Indonesia sudah bergerak semakin jauh dan juga sangat modern. Hal ini ditandai dengan produk-produk otomotif yang memiliki bentuk, ukuran, merk, dan warna yang menarik. Bentuk, ukuran, merk, dan warna yang menarik itu mempengaruhi oleh kemajuan jaman dan juga kemajuan teknologi yang semakin maju. Selain itu juga

mempengaruhi oleh semakin selektifnya konsumen dalam membeli suatu produk terlebih lagi jika itu menyangkut produk baru. Hal-hal yang mempengaruhi konsumen terlalu selektif dalam pembelian suatu produk adalah cara berpikir konsumen yang sudah semakin maju seiring dengan kemajuan jaman, tingkat pendidikan konsumen yang semakin tinggi dan juga banyaknya informasi yang didapat konsumen entah itu dari media cetak, media audio, dan media audio visual.

Dengan banyak berdirinya perusahaan otomotif saat ini, maka timbul persaingan yang sangat ketat di antara perusahaan-perusahaan otomotif di Indonesia. Untuk memenangkan persaingan yang sangat ketat ini, maka perusahaan perlu memahami terlebih dahulu apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan konsumen terhadap produk motor yang akan dikenalkan oleh perusahaan kepada konsumen. Mengingat saat ini banyak sekali konsumen yang membutuhkan dan juga menginginkan produk motor yang kualitas mesinnya secara keseluruhan terjamin, bahan bakar yang irit karena harga BBM yang dari waktu ke waktu terus naik, ingin mendapatkan layanan service yang memuaskan, dan juga bentuk / model, ukuran, warna motor yang sesuai kemajuan jaman dan juga kemajuan teknologi yang dipakai saat ini. Dengan dilakukannya pemahaman terlebih dahulu tentang apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan konsumen dan juga dengan memperkenalkan produk motornya, maka perusahaan akan merasa optimis bahwa produk motornya yang akan diluncurkan ke pasaran dapat memikat hati konsumen untuk membelinya.

Bertitik tolak dari persaingan yang sangat ketat ini, maka dalam penelitian ini akan diteliti tingkat kepuasan konsumen setelah konsumen tersebut memiliki dan menggunakan produk motor yang diluncurkan oleh perusahaan. Dalam penelitian ini objek yang digunakan adalah sepeda motor Honda Beat. Penelitian ini lebih dititik beratkan pada indeks kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda Beat setelah konsumen memiliki dan menggunakannya.

Dari latar belakang yang dikemukakan diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui indeks kepuasan konsumen Sepeda Motor Honda Beat yang diterima oleh konsumen. Topik yang diambil adalah: **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI YOGYAKARTA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, adalah :

1. Bagaimana profil atau karakteristik konsumen sepeda Motor Honda Beat di Yogyakarta?
2. Apakah konsumen sepeda Motor Honda Beat sudah puas?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka rumusan masalah tersebut perlu dibatasi agar tidak terlalu luas. Batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Responden yang diteliti adalah kepuasan pengguna Honda Beat
2. Jumlah responden sebanyak 100 orang
3. Kepuasan konsumen dalam pemakaian kendaraan tersebut.
4. Atribut yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu 4P yang terdiri dari :
 - a. Product (produk)
 - b. Promotion (promosi)
 - c. Price (harga)
 - d. Place (tempat)

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana profil atau karakteristik konsumen Sepeda Motor Honda Beat di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap Sepeda Motor Honda Beat di Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Akan memberikan pengalaman bagi peneliti secara nyata dalam penyusunan penelitian. Dan juga memberikan pengetahuan dan pengalaman tambahan bagi peneliti dalam menekuni dan

mempraktekkan aspek teori manajemen pemasaran khususnya manajemen.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan referensi bagi perusahaan dalam evaluasi strategi peluncuran produk baru serta aspek-aspek yang perlu dipertimbangkan dalam meluncurkan produk baru ke pasar.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca tentang kepuasan pelanggan yang akan dicapai oleh seorang manajemen untuk meningkatkan keuntungan serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian yang ada kaitannya dengan tingkat kepuasan pelanggan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang menggunakan Honda Beat di Yogyakarta. Dan hasil pengolahan data serta analisisnya maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

Berdasarkan dari hasil pengolahan data bagian IKP diperoleh hasil secara keseluruhan pelanggan merasa puas terhadap atribut produk Honda Beat. Dengan demikian hipotesis ini dinyatakan tidak terbukti.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas dan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis dapat memberikan saran yang mungkin dapat dipergunakan sebagai masukan bagi pengelola motor Honda Beat di Yogyakarta dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan hasil IKP tersebut, maka strategi yang harus dilakukan adalah meningkatkan semua kinerja secara keseluruhan terhadap atribut-atribut yang ada pada motor Honda Beat di Yogyakarta. Misalnya memberikan informasi yang terbaik terkait dengan komposisi yang ada pada motor Honda Beat dan melayani pelanggan dengan baik dengan harapan akan dapat mempertahankan hasil IKP puas serta produk

yang dihasilkan bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan dalam jangka panjang.

© UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S., 1997, *Reliabilitas dan Validitas*. Edisi III, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Djarwanto Ps & Pangestu Subagyo (1996). *Statistik Induktif*. Yogyakarta : BPFE UGM.
- _____ (2000). *Statistik Induktif*. Yogyakarta : BPFE UGM.
- Gerson, F.R. 2001. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Jakarta: PPM. Indonesia.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Revisi. Jakarta : PT Prehallindo.
- _____. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesebelas. Jakarta : Indeks.
- _____. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedua. Jakarta : Indeks.
- Sumber data BPS Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI.
- Umar, Husein. (2003). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

