

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KAWASAKI
NINJA 250R DI KOTA YOGYAKARTA**

SKIRIPSI



OLEH

NICO AGUNG PRASETIA

11084681

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2012

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
KAWASAKI NINJA 250R DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Untuk memenuhi Sebagian

Dari Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

NICO AGUNG PRASETIA

(11 08 4681)



FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

Halaman Pengesahan

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Tugas Akhir / Skripsi

Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Menerima

Gelar Sarjana Ekonomi

Pada tanggal

14 JUN 2012

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Bisnis



Insiwijati Prasetyaningsih, Dra., M.M.

Dewan Penguji :

1. Drs. Bambang Purnomo Hediono, MBA
2. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si
3. Jonathan Herdioko, SE., MM

Tanda Tangan

MOTTO

“Jadilah bagian dari perubahan yang ingin kamu saksikan di dunia ini”

(Mahatma Gandhi)

“Menang, bukan berarti menjadi "paling”

Tetapi...

Menang, adalah karena Anda berusaha lebih baik dari sebelumnya”.

(Bennie Blair)

*"Untuk meraih sebuah kesuksesan, karakter seseorang adalah lebih penting
dari pada Intelegensi"*

(Gilgerte Beaux)

Mengawali sebuah kisah dengan keyakinan dimana apa yang akan terjadi hari ini adalah yang terbaik dari-Nya.

Menjalani sebuah kisah ditengah berbagai macam kesulitan dan persoalan adalah sebuah anugerah dari-Nya agar anda terus tumbuh menjadi baru tiap hari.

Mengakhiri sebuah kisah dengan bersyukur akan semua yang telah diberikan oleh-Nya.

Dalam berbagai macam kesulitan cobalah untuk terus tersenyum walau badai yang menghadang terkadang tidak dapat pergi begitu saja, teruslah melangkah dan yakinlah jalan yang telah disiapkan untuk anda telah dan percayalah bahwa hari ini telah ada dalam rancangan-Nya yang indah.

HALAMAN PERSEMBAHAN



Laporan Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Universitas Kristen Duta Wacana
2. Orang tua, Imam Wiyono dan Yayang Setiati
3. Keluarga besar tercinta
4. Teman-teman dekatku

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan bagi Tuhan Yesus, atas segala berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KAWASAKI NINJA 250R DI YOGYAKARTA". Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan yang jauh dari sempurna, walaupun demikian penulis telah berusaha dengan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki untuk menyajikan dalam penulisan skripsi dengan sebaik-baiknya, juga berkat bimbingan, pengarahan, serta dorongan dan doa dari berbagai pihak untuk menyelesaikan skripsi ini, oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Ibu Dra. Insiwijati Prasetyaningsih, M.M selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Bambang Purnomo Hediono, MBA selaku Dosen Pembimbing Utama skripsi yang telah bersedia membantu dan membimbing, serta memberikan pengarahan dan masukan untuk terselesaikannya skripsi ini.
3. Ibu Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberi pengarahan selama penulis menempuh studi.

4. Kepala Staf Biro Akademik dan Kemahasiswaan serta seluruh dosen dan karyawan tata usaha Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang telah membantu kelancaran studi penulis.
5. Mama dan Papa selaku Orang Tua penulis yang tercinta dan penulis hormati, yang telah memberikan kasih sayang, perhatian dan semua yang tak ternilai harganya dan tak mungkin penulis tebus dan mengimbangnya dengan apapun juga di dunia ini, kecuali dengan perbuatan dan berbakti kepada keduanya sampai akhir hayat penulis.
6. Nita adiku tercinta, terima kasih untuk dukungan dan motivasinya, walau sering bertengkar dengan penulis.
7. Keluarga besarku, terkasih yang telah mendukung setiap saat untuk terselesainya skripsi ini dengan baik.
8. Untuk teman-teman dekatku, Jojo, Tony, Yoyong, Cornet dan Adrian yang telah memberikan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan untuk kebersamaan masa kuliah yang tak terlupakan.
9. Untuk teman-teman kost Bausasran: Ayun, Agung, Andi, Erik, Angga, David, dan Kuto yang selalu menemani dalam keseharianku.
10. Teman-teman Fakultas Bisnis angkatan 2008, terima kasih atas kebersamaannya sehingga terselesaikannya skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan semuanya, semoga penulis tidak mengecewakan.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih atas doa, dukungan, bantuan dan kasih sayang yang telah diberikan. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semuanya, penulis berharap karya yang sederhana ini bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, Juli 2012

Nico Agung Prasetya



UKDWN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.2 Pengertian Manajemen Pemasarann.....	11
2.3 Konsep Pemasaran.....	12
2.4 Marketing Mix.....	15
2.4.1 Produk.....	15
2.4.2 Harga.....	16
2.4.2 Saluran Distribusi.....	18
2.4.2 Promosi.....	19
2.5 Perilaku Konsumen.....	22

2.6	Kepuasan Konsumen.....	23
2.6.1	Pengertian kepuasan konsumen.....	23
2.6.2	Komponen dasar dalam kepuasan konsumen.....	25
2.6.3	Ciri-ciri konsumen yang puas.....	26
2.6.4	Tipe-tipe kepuasan dan ketidakpuasan konsumen.....	27
2.6.5	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen....	28
2.7	Hipotesis Penelitian.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Data.....	30
3.1.1	Teknik penentuan sampel.....	30
3.1.2	Pengumpulan data.....	31
3.2	Definisi Variabel dan Pengukuran.....	32
3.3	Desain Penelitian.....	34
3.4	Metode Statistk dan Uji Hipotesis.....	35
3.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.4.2	Metode Analisis Data.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1	Uji Instrumen.....	43
4.1.1	Uji Validitas.....	43
4.1.2	Uji Reliabilitas.....	45
4.2	Analisis Prosentase.....	46
4.2.1	Prosentase Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.2	Prosentase Berdasarkan Usia.....	47
4.2.3	Prosentase Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.2.4	Prosentase Berdasarkan Pendapatan.....	49
4.2.5	Prosentase Berdasarkan Pendidikan.....	50
4.3	Analisis Indek Kepuasan Konsumen.....	50
4.3.1	Kepentingan.....	52
4.3.2	Kepuasan.....	54
4.3.3	Indek Kepuasan Konsumen.....	57

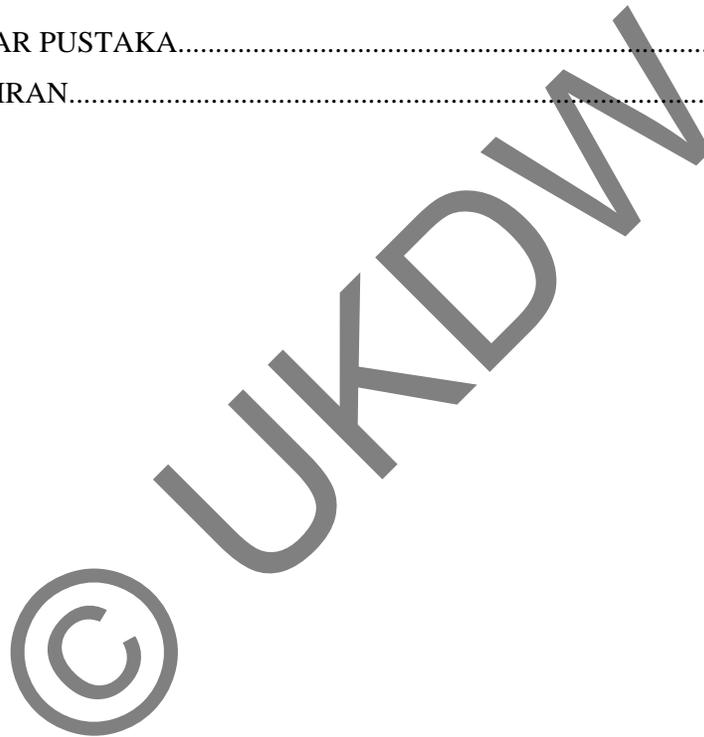
4.4 Uji Chi Square.....	58
-------------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	63
5.1.1 Validitas dan Reliabilitas.....	63
5.1.2 Analisis Indek Kepuasan Konsumen.....	63
5.1.3 Analisis Chi Square.....	64
5.2 Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA.....	67
---------------------	----

LAMPIRAN.....	68
---------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.2.1 Prosentase Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2.2 Prosentase Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.2.3 Prosentase Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.2.4 Prosentase Berdasarkan Pendapatan.....	49
Tabel 4.2.5 Prosentase Berdasarkan Pendidikan.....	50
Tabel 4.3.1 Tabel Kepentingan Konsumen.....	52
Tabel 4.3.2 Tabel Kepuasan Konsumen.....	54
Tabel 4.4.1 Perbedaan penilaian konsumen terhadap profil konsumen.....	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Tahapan Proses Penelitian.....	34
Gambar 4.3.1 Skala Pengukuran Kepentingan.....	51
Gambar 4.3.2 Skala Pengukuran Kepuasan.....	51
Gambar 4.3.3 Skala Tanda Kepuasan.....	58

© UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : Surat Ijin Penelitian

LAMPIRAN B : Kuesioner

LAMPIRAN C : Uji Reliabilitas dan Validitas

LAMPIRAN D : Hasil Analisis Prosentase

LAMPIRAN E : Hasil Analisis Indek Kepuasan Konsumen

LAMPIRAN F : Hasil Analisis Chi Square

LAMPIRAN G: Tabel r



UKDW

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kawasaki Ninja 250R di Kota Yogyakarta”. Maksud dari penelitian ini adalah mengumpulkan data, mengolah, menganalisis serta menginterpretasikan data konsumen sepeda motor Kawasaki Ninja 250R. Sedangkan yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui apakah konsumen puas terhadap produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250R dan menganalisis apakah ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap Kawasaki Ninja 250R ditinjau dari profil konsumennya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Data yang diperlukan untuk penelitian ini dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Populasi untuk penelitian ini adalah konsumen yang memiliki dan menggunakan Kawasaki Ninja 250R, untuk kemudian diambil sampel sebesar 50 responden. Metode analisis data menggunakan teknik analisis indek kepuasan konsumen dan chi-square. Berdasarkan hasil analisis indek kepuasan konsumen, disimpulkan bahwa konsumen cukup puas terhadap produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250R yang ditunjukkan dengan nilai IKP sebesar 183,71. Produk menjadi atribut yang paling memuaskan bagi konsumen dengan hasil rata-rata kepuasan konsumen sebesar 3,6, sedangkan harga menjadi atribut yang paling tidak memuaskan bagi konsumen dengan hasil rata-rata kepuasan konsumen sebesar 3,05. Pada analisis chi-square, disimpulkan bahwa terdapat perbedaan kepuasan konsumen ditinjau dari profil konsumennya. Perbedaan kepuasan tersebut ditinjau dari profil jenis kelamin dan pendidikan.

Kata Kunci : kepuasan konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan di dunia perdagangan saat ini terbilang sangat ketat. Apalagi di era globalisasi yang menyebabkan munculnya perdagangan bebas yang membuat dunia seolah tanpa batas. Perusahaan harus sadar akan tingginya persaingan dalam pasar globalisasi saat ini, sehingga memicu bagi perusahaan untuk selalu mengantisipasi dengan berbagai cara agar dapat memperoleh pangsa pasar. Semakin besarnya pangsa pasar yang diperoleh maka dimungkinkan suatu perusahaan tersebut memperoleh pasar yang tinggi agar dapat terus bersaing dan melanjutkan kelangsungan usahanya. Pangsa pasar biasanya memilih produk dan jasa yang memberikan nilai terbesar bagi mereka. Jadi, kunci agar berhasil dan dapat mempertahankan pasar tersebut adalah memahami lebih baik kebutuhan dan proses pembelian mereka, termasuk didalamnya dengan memberikan mutu dan servis yang terbaik. Walaupun memiliki berbagai produk layanan yang baik, namun semua hal di atas belum tentu membuat *customer* terpuaskan. Tingkat kepuasan *customer* sendiri tergantung pada kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang akan memberikan cerminan keberhasilan produsen dalam memproduksi suatu barang, sebab apabila suatu produk akan menjadi gagal apabila barang tersebut tidak memberikan kepuasan bagi penggunanya, maka produsen akan terus berusaha mengembangkan produknya agar konsumen merasa puas dengan barang yang dibeli. Untuk menentukan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang biasanya sangat di pengaruhi oleh tingkat kepuasan konsumen.

Karena dengan kepuasan tinggi atau dengan kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu. Untuk itu perusahaan harus bersaing dengan perusahaan sejenis dengan menampilkan produk yang berbeda atau lebih spesifik bahkan harus memiliki karakteristik tersendiri yang mampu memuaskan konsumen.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komputer dari kerabatnya serta janji dan informasi dari pemasar. Kepuasan merupakan sesuatu hal yang harus diperhatikan oleh produsen, seperti Schnaars, pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat salah satunya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi erat. Keputusan penting dalam pengembangan dan pemasaran produk dan jasa individu meliputi beberapa hal yaitu atribut produk, pemberian merek, pengemasan, pemasangan label, dan jasa pendukung produk (Kotler, 2001:354).

Banyak sekali perusahaan yang memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan agar tetap setia (*resisten*) terhadap produk perusahaan. Strategi pemasaran pemasaran tersebut tercakup dalam bauran pemasaran atau sering disebut *marketing mix* dimana keempat bauran tersebut adalah syarat mutlak bagi sebuah perusahaan untuk membentuk loyalitas dan memberi kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama bagi sebuah perusahaan. Apapun bentuk bisnis atau usaha kita, kepuasan konsumen sangatlah penting kita bangun guna menciptakan loyalitas konsumen terhadap bisnis kita, minimal bisnis kita dikenal baik oleh masyarakat maupun konsumen tersebut. Dengan demikian setiap upaya pemasaran yang kita lakukan dapat tercapai secara maksimal. Apabila suatu perusahaan akan mengeluarkan sebuah produk maka sebaiknya harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk tersebut dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan di pasaran.

Ketatnya persaingan kini menjadikan pemasaran bertumpu pada penciptaan merek-merek yang bersifat membedakan (*different*), dengan tetap mengutamakan kebutuhan dan kepuasan konsumen itu sendiri, sehingga dapat memperkuat loyalitas konsumen terhadap produknya. Dan hal inilah yang menjadi dasar bagi Kawasaki untuk memproduksi Ninja 250R 4-tak pada tahun 2008. Kawasaki Ninja 250R merupakan motor generasi ke empat dari Kawasaki yang di buat Pada tahun 2008, Kawasaki memperkenalkan Ninja 250R terbarunya dengan desain eksterior yang sangat berbeda dari pendahulunya, namun beberapa komponen masih sama seperti sebelumnya. Mesin didesain ulang, sehingga memiliki tenaga yang berlimpah di rpm rendah. Di Indonesia, Ninja 250R memenangkan penghargaan sebagai motor sport 250 cc terbaik di kelasnya. Selain itu peminat motor Kawasaki Ninja 250R di Indonesia sendiri juga cukup banyak, karena selain tampilan motor yang menarik, motor ini juga mudah untuk dimodifikasi. Dan hingga saat ini telah banyak diadakan berbagai event perlombaan modifikasi ataupun tuning untuk Kawasaki Ninja 250R ini sendiri. Dengan desain yang futuristik dan mesin yang tangguh menjadikan Kawasaki

Ninja 250R menjadi satu-satunya motor yang bermain pada segmen 250cc pada saat itu. Hingga tahun 2010, Kawasaki Ninja 250R masih menguasai segmen menengah keatas, dengan penjualan yang sangat tinggi menjadikan Kawasaki Ninja 250R menjadi trademark Kawasaki itu sendiri. Citra Kawasaki sebagai produsen motor yang berkelas dan mempunyai tempat tersendiri bagi pecinta motor, turut mengangkat nama Kawasaki Ninja 250R sehingga semakin dikenal publik. Sejatinnya Kawasaki lebih dikenal melalui produk Kawasaki Ninja 150R bermesin 2-silindernya, akan tetapi seiring berjalannya waktu menjadikan mesin 2-silinder semakin ditinggalkan pengguna sepeda motor karena faktor ketidakramahan lingkungan, yaitu asap sepeda motor yang banyak, Sehingga banyak konsumen Kawasaki sendiri yang beralih dari Ninja 150R 2 tak dan berganti menggunakan Ninja 250R 4 tak DOHC yang lebih ramah lingkungan.

Kawasaki Ninja 250R atau yang lebih dikenal dengan EX250 berhasil meraih predikat motor termewah dalam desain versi Majalah Otomotif untuk kategori motor sport. Kawasaki Ninja 250R dinilai menawarkan kombinasi sempurna desain sporty aerodynamic dalam kemasan mewah dan elegan yang ditopang full fairing body. Dengan mengadopsi mesin 250 cc 4 tak DOHC, parallel twin engine 8 valve, mampu menghasilkan tenaga super besar di kelasnya (32hp). Akselerasi lebih cepat, responsif, dan sangat hemat bahan bakar, karena 1 liter premium 38 Km. Suspensi belakang monoshock uni-track yang dapat disetel 5 posisi untuk pengaturan beban sehingga lebih nyaman. Teknologi double disc brake, twin pot membuat pengereman lebih pakem dan stabil. Adanya two in one exhaust system meningkatkan torsi pada putaran mesin minimum dan menengah serta menaikkan tenaga motor secara halus. Ninja 250R lulus standar Euro III. Desain panel speedometer bergaya agresif dan kompak, memudahkan pengendara memonitor laju kendaraan. Sistem pendinginannya

sempurna berkat latest generation radiator yang sangat ringan, ringkas tapi kokoh. Ninja 250 juga menyabet penghargaan lain, yaitu Mr Testo Award dari tabloid Otomotif sebagai *Best Design Motorcycle* untuk kategori Motor Sport.

Mengingat potensialnya pasar pada segmen ini maka para pesaing mencoba untuk menyaingi penjualan Kawasaki Ninja 250R yang masih berjaya pada segmen 250cc. Salah satunya produsen sepeda motor Honda dengan produk terbarunya CBR 250R yang bermesin 250cc Full Injection yang secara otomatis lebih canggih dibanding Ninja 250R dan fitur-fitur baru yang ditawarkan. Di segmen 250cc ini, mayoritas konsumen berasal dari kalangan menengah keatas. Meski mayoritas konsumennya dari kalangan menengah keatas, akan tetapi peran harga tetaplah sangat di perhitungkan, karena di segmen ini konsumen dipastikan lebih kritis mengenai *value for money* sebuah barang. Dan disinilah peran dari kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa maupun produk tersebut sangat penting, dimana perusahaan pasti akan berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya maupun pelayanannya agar dapat menjamin kepuasan dari konsumen itu sendiri.

Berangkat dari latar belakang diatas, peneliti ingin mengetahui apakah konsumen puas terhadap Kawasaki Ninja 250R. Untuk itu penulis mengadakan penelitian tentang **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KAWASAKI NINJA 250R DI KOTA YOGYAKARTA”**

1.2. Batasan Masalah

1. Lokasi penelitian adalah di kota Yogyakarta
2. Waktu penelitian antara bulan Maret sampai dengan bulan April 2012.
3. Produk yang diteliti adalah produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250R

4. Responden yang diteliti adalah mereka yang telah mengenal dan yang memiliki produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250R tersebut.

5. Jumlah responden yang diteliti adalah 50 orang.

6. Profil konsumen yang diteliti berdasarkan :

Jenis Kelamin : a. Pria

b. Wanita

Usia : a. Sampai dengan 17 tahun

b. 18 - 30 tahun

c. 31 - 40 tahun

d. Lebih dari 40 tahun

Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa

b. Pegawai Negeri

c. Pegawai Swasta

d. Wiraswasta

e. Dan lain-lain, sebutkan...

Pendapatan : a. Sampai dengan Rp. 1.000.000

b. Rp. 1.001.000 - Rp. 1.500.000

c. Rp. 1.501.000 - Rp. 2.000.000

d. Lebih dari Rp. 2.000.000

Pendidikan : a. s/d SMU

b. Perguruan Tinggi

c. Dan lain-lain, sebutkan...

7. Atribut yang diteliti :

1) Produk

Diukur dengan :

- Tampilan
- Teknologi
- Performa
- Warna
- Konsumsi Bahan Bakar

2) Harga

Diukur dengan :

- Harga produk
- Harga suku cadang
- Biaya perawatan

3) Tempat

Diukur dengan :



- Kemudahan memperoleh produk
- Kemudahan memperoleh suku cadang
- Kemudahan memperoleh servis

4) Promosi

Diukur dengan :

- Publisitas
- Event Promosi
- Potongan Harga
- Paket Pembelian

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diajukan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Konsumen Kawasaki Ninja 250R di Yogyakarta puas terhadap produk Kawasaki Ninja 250R?
2. Apakah ada perbedaan kepuasan konsumen produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250R dilihat dari profil konsumen?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250R di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan kepuasan konsumen ditinjau dari profil konsumen.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan
 - Untuk memberikan gambaran tentang respon atau tingkat kepuasan terhadap produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250R
 - Sebagai bahan evaluasi dan informasi bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk masa akan datang.
 - Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar atau acuan dalam menentukan strategi pemasaran produknya dimasa yang akan datang.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini akan menambah wawasan dan pengetahuan dalam menganalisa suatu masalah secara riil dan dapat menerapkan teori-teori yang telah diterima pada waktu kuliah, sehingga menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman di bidang penelitian.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai tambahan pengetahuan, informasi, bahan referensi dan pedoman penelitian selanjutnya.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dari bab sebelumnya dan pengolahan data melalui komputer dengan program SPSS 17, dalam penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kawasaki Ninja 250R di Kota Yogyakarta”, terhadap 50 responden yang semuanya telah mengisi kuesioner dengan baik. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1 Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan olah data dari keseluruhan 50 responden sekaligus untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner melalui program SPSS 17 dengan standar pengujian validitas dan reliabilitas tertentu seperti yang telah dijelaskan di Bab III dan IV, maka dapat disimpulkan keseluruhan instrumen kuesioner adalah valid dan reliabel. Hal ini berarti instrumen kuesioner semuanya memenuhi syarat dan dapat dilanjutkan untuk pengujian analisis selanjutnya.

5.1.2 Analisis Indek Kepuasan Konsumen

Sikap konsumen terhadap produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250R di kota Yogyakarta ternyata cukup memuaskan, yaitu dengan diperoleh angka IKK sebesar **183,71**. Berarti hipotesis yang telah diajukan pada penelitian ini terbukti.

5.1.3 Analisis Chi-square

Berdasarkan hasil pengolahan data dan hasil analisis Chi-square didapat adanya perbedaan kepuasan konsumen terhadap produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250R di tinjau dari profil responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profil responden berpengaruh terhadap kepuasan. Adapun profil yang mempengaruhi adalah jenis kelamin dan pendidikan responden. Adanya perbedaan kepuasan ditinjau dari jenis kelamin lebih disebabkan ketidakseimbangan jumlah responden menurut jenis kelaminnya, yaitu 47 pria dan hanya 3 wanita, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa perbedaan kepuasan konsumen menurut jenis kelamin timbul akibat adanya ketidakseimbangan jumlah responden berdasarkan jenis kelaminnya. Sedangkan perbedaan kepuasan menurut profil pendidikan responden disebabkan oleh perbedaan cara berpikir responden karena perbedaan tingkat pendidikan, dimana sebagai contoh adalah responden dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan cenderung lebih memikirkan manfaat dan kegunaan dari produk tersebut daripada responden dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah. Berarti hipotesis yang telah diajukan pada penelitian ini tidak terbukti.

5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil analisis data dari penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan penelitian tersebut,

untuk menjadi masukan dan bahan pertimbangan demi perbaikan dan kemajuan dimasa mendatang :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan kepuasan konsumen di tinjau dari 2 profil responden, yaitu jenis kelamin dan pendidikan, sehingga diharapkan Kawasaki sebagai pemegang merek produk Ninja 250R dapat mengembangkan strategi dalam memenuhi menyesuaikan keinginan konsumen, seperti membuat sepeda motor yang memang diperuntukan oleh kaum wanita seperti yang pabrikan sepeda motor lain lakukan. Pada jaman sekarang ini banyak wanita yang lebih suka untuk berkendara sepeda motor, hal ini dapat menjadi kesempatan yang potensial bagi Kawasaki untuk dapat mengembangkan pangsa pasar sepeda motor yang ditujukan untuk kaum wanita. Kawasaki juga diharapkan dapat selalu menjaga kualitas produknya, karena pada jaman sekarang ini masyarakat lebih cermat dalam memilih produk, seperti melihat dari segi kualitas, manfaat, ataupun juga membandingkan dengan produk sejenis dari merek yang lain. Maka dari itu penulis mengharapkan Kawasaki dapat terus mengembangkan diri dalam berbagai aspeknya, sehingga semakin dikenal dan mendapat kepercayaan dari masyarakat.
2. Dari hasil analisis kepuasan konsumen, produk menduduki peringkat kepuasan tertinggi bagi responden, sehingga diharapkan Kawasaki terus menjaga konsistensi kualitas produknya dan terus memberi pelayanan terbaik bagi konsumen, agar dapat dikenal masyarakat secara lebih luas. Sedangkan

harga memperoleh kepuasan terendah, sebagian responden tidak puas akan harga yang ditawarkan oleh produk Ninja 250R, baik dari segi harga produk, harga suku cadang, dan biaya perawatan, sehingga saran penulis adalah agar Kawasaki dapat memberi timbal balik kepada konsumen, atau dapat dikatakan walau memiliki harga yang tidak murah akan tetapi dapat memberi kualitas maupun pelayanan yang sebanding dengan harga yang ditawarkan.

3. Pada analisis atribut kepuasan konsumen, tampilan Kawasaki Ninja 250R menjadi atribut yang paling memuaskan bagi konsumen, penulis berharap Kawasaki mampu terus berinovasi dengan harapan dapat terus meningkatkan kepuasan konsumennya bukan hanya memuaskan dari segi tampilan, akan tapi dari keseluruhan produknya. Sedangkan hal yang paling tidak memuaskan konsumen adalah biaya perawatan Kawasaki Ninja 250R, hal ini dikarenakan mahalnya biaya perawatan dari Ninja 250R tersebut, seperti servis berjangka, ataupun jika terjadi masalah pada produk tersebut, sehingga diharuskan mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk memperbaikinya. Akan tetapi penulis menarik kesimpulan bahwa biaya perawatan maupun suku cadang yang mahal tersebut seimbang dengan kualitas dari servis maupun suku cadang yang diterima oleh konsumen, sebagai bukti adalah tingkat keorisinilan suku cadang Kawasaki yang berstandar pabrik dan asli dari Jepang membuktikan bahwa kualitas suku cadang Kawasaki yang telah terjamin mutunya.

Daftar Pustaka

- Engel, James F. Dkk. Terjemahan F.X. Budiyanto. 1994. *Perilaku Konsumen* Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis dengan Program SPSS*. Undip: Semarang
- Kotler, Philip. 1984. *Dasar-dasar Manajemen*. Jilid 2. Jakarta: CV. Intermedia.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1998. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Prehallindo.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, Adi Sapto. 1997. *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Karyawan*. Makalah. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Saifuddin, Azwar. 1997. *reliabilitas dan validitas*. Pustaka Pelajar.
- Singarimbun, Masri. *Metodologi Penelitian Survei*. 1989. penerbit PT Gramedia Pustaka Umum Jakarta.
- Stanton, William J. 1987. *Prinsip Pemasaran*. Edisi VII, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta, Basu dan Irawan. 1985. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Yogyakarta: Liberty.
- Swasta, Basu dan Hani Handoko. 1982. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Yogyakarta. BPFE
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Yogyakarta: Andy offset.