

ABSTRAK

Nama : Budi Prasetyo Perwiranto
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul : ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP SUZUKI SWIFT (SUATU PERBANDINGAN DENGAN HONDA JAZZ DAN TOYOTA YARIS)

Tesis ini membahas Produk *Sedan Mini Compact Hatchback* yang diproduksi oleh PT. Indomobil Tbk sebagai produsen Suzuki Swift. Kebijakan perusahaan untuk menggunakan rakitan lokal untuk menurunkan harga jual tidak terlalu mempengaruhi penjualan Swift dibandingkan dengan pesaingnya Honda maupun Toyota. Sehubungan dengan hal tersebut, kemudian dilakukan penelitian yang bertujuan, untuk mengetahui *awareness* konsumen, kemudian untuk mengetahui atribut-atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sedan tipe ini dan tingkat kepentingan masing-masing atribut. Terakhir mengumpulkan informasi mengenai persepsi konsumen terhadap Suzuki Swift. Riset pemasaran diawali dengan *exploratory research*, kemudian dilanjutkan dengan *descriptive research* Metoda pengumpulan data primer dilakukan dengan cara *self administered survey* Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 120 responden dengan metoda *Convenience Sampling*. Hasil dari penelitian ini antara lain; merek Honda Jazz menjadi *Top of mind awareness*. Namun terdapat merek-merek yang tidak termasuk kategori sedan tipe ini Dalam pengujian *aided awareness* lebih dari 100% responden mengetahui merek Suzuki Swift. Atribut hemat BBM, keawetan mesin, harga, ketersediaan sparepart, layanan purna jual, harga jual kembali merupakan atribut yang sangat penting, sedang atribut bentuk atau model, peralatan keselamatan, kelegaan interior, dianggap agak penting mengarah ke penting oleh responden. Penilaian responden atas atribut-atribut Suzuki Swift yang menjadi obyek penelitian ini sebagian besar belum dapat memenuhi harapan responden.

Kata kunci:

Sedan Mini Compact Hatchback, awareness, exploratory research, descriptive research, self administered survey, Convenience Sampling, Top of mind awareness, aided awareness.

ABSTRACT

Name : Budi Prasetyo Perwiranto
Study Program : Marketing Management
Title : CONSUMER PERCEPTION ANALYSIS TOWARD
SUZUKI SWIFT
(A COMPARISON WITH HONDA JAZZ AND
TOYOTA YARIS)

The focus of this study is to discuss the reduced price policy made by PT. Indomobil Tbk for Suzuki Swift Mini Compact Hatchback Sedan. Did not meet its goals, its market share still below the two competitors Honda and Toyota. In connection with the situation mentioned above, a research was conducted to understand the consumer awareness, later this research like to find which attributes are considered important. Last this research also likes to gather information about the consumer perception toward Suzuki Swift. This research begins with exploratory research, and then continues with descriptive research. A self administered survey is used to gather primary data. Sample size is fixed to 120 respondents with Convenience Sampling method. The result of this research; that Honda Jazz has the Top of mind awareness on consumer's minds. However there are several brands that not included as Mini Compact Hatchback Sedan, such as; Nissan Grand Livina, Renault, Volvo, Mitsubishi. An aided awareness test proof that 100% respondent know Suzuki Swift brand. The economical fuel attribute, machine duration, price, spare part availability, after sales service, resale value are an important attributes, while design, safety equipment, interior space, are considered less important attributes. The appraisal on the attributes for Suzuki Swift cannot fulfill the respondent expectation.

Key word:

Sedan Mini Compact Hatchback, awareness, exploratory research, descriptive research, self administered survey, Convenience Sampling, Top of mind awareness, aided awareness.