

ABSTRAK

Nama : Eko Cahyo Kurniawan
Program Studi : Magister Management
Judul : Analisis Persepsi Konsumen Sepeda Motor Terhadap
Pemilihan Skuter Matik di Wilayah Bali

Tesis ini menganalisa persepsi konsumen apa saja yang menjadi pertimbangan dalam memilih skuter matik sekaligus atribut apa yang paling dominan dari atribut-atribut yang ada tersebut untuk dapat menjelaskan perkembangan skuter matik di wilayah Bali. Hal ini diangkat karena penjualan skuter matik di wilayah Bali memberi kontribusi yang terbesar terhadap total penjualan sepeda motor di Indonesia. Metode *focus group discussion* (FGD) digunakan sebagai metode awal dalam pembuatan kuesiner yang bertujuan untuk menganalisis persepsi atribut-atribut konsumen yang paling dominan baik dalam pemilihan sepeda motor (dalam lingkup luas) dan pemilihan skuter matik (dalam lingkup sempit). Responden adalah individu yang berusia 15 tahun ke atas, berdomisili di Bali dan menggunakan sepeda motor yang usia pemakaiannya tidak lebih dari 5 tahun. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif-kualitatif dimana atribut-atribut yang ada dianalisis secara kuantitatif untuk dapat menunjang penjelasan kualitatif terhadap studi kasus yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang paling dominan secara signifikan yang muncul dalam pemilihan sepeda motor adalah pendapatan konsumen yang diperoleh dari data pengeluaran rata-rata responden; sedangkan dalam pemilihan skuter matik, faktor yang secara signifikan dominan adalah atribut pendidikan responden. Meningkatnya penjualan skuter matik di Bali terjadi karena konsumen lebih mengutamakan atribut produk seperti model, kenyamanan dan hemat bahan bakar yang ditawarkan oleh produsen skuter matik..

Kata kunci :

Persepsi, persepsi konsumen, atribut produk, skuter matik, peningkatan penjualan skuter matik di wilayah Bali

ABSTRACT

Name : Eko Cahyo Kurniawan
Study Program: Magister Management
Title : Consumer Perception Analysis of Choosing Automatic Scooter in
Bali Area

Focus of this study are perception analyzing of which attributes that thinkable by consumer to choose automatic scoter include which is dominant for them, in case to explain automatic scooter in Bali area. This case chosen because of Bali's automatic total sales contraibution compare to area's motor cycle total sales. Focus group discussion (FGD) used as the first method to make questioner in order to perception analyzing of consumer attributes that dominant in case of choose motorcycle (large scope) and automatic scoter (small scope). Respondents are individu with 15 years old and up, live in Bali and use motorcycle not more than 5 years used. This study is quantitative-qualitative research, which attributes analyze in quantitative in order to support qualitative explanation of the case study. It showing that significantly dominant attribute in preferable consumer to choose motorcycle is individual income (base on individual expend every month); significantly attributes in preferable consumer are education level. Increasing Bali's automatic scooter sales caused by product attributes that offering such as style, comfortable and less in using gasoline

Key words:

Perceptions, consumer perceptions, product attributes, automatic scoter, increasing automatic scooter sales in Bali