

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN SEPEDA MOTOR
TERHADAP PEMILIHAN SKUTER MATIK DI WILAYAH BALI**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Management

**EKO CAHYO KURNIAWAN
0606147245**




**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAGEMENT
KEKHUSUSAN PEMASARAN
JAKARTA
MEI 2009**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Eko Cahyo Kurniawan

PM : 0606147245

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 Maret 2009

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur sebesar-besarnya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas kasih dan penyertaannya selama pembuatan tugas akhir ini ini sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis selama menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini. Ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Rhenald Kasali, Ph.D., selaku Kepala Progam Studi Magister Management Universitas Indonesia.
2. Bapak Daniel Rembeth, MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, petunjuk, nasehat serta waktu.
3. Seluruh Bapak-Ibu Dosen Program Studi Magister Management, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia atas bimbingan dan bantuannya kepada penulis selama menempuh kuliah.
4. Bapak Dr. Irwan Adi Ekaputra atas segala bantuan selama peneliti menjalani kuliah.
5. Bapak Yudi B. Lesmana atas pengertiannya selama penulis menyelesaikan studi termasuk untuk dispensasinya.
6. Bapak Agus Salinata, atas kesedian untuk membantu penulis dalam penelitian ini.
7. Papa dan Mama, yang telah memberikan cinta, semangat, dorongan, dukungan, nasehat yang tidak ada henti-henti agar penulis dapat segera menyelesaikan karya akhir dan doa selama ini mulai dari awal studi sampai penyelesaian tugas akhir ini.
8. Papa dan Mama Yoyok yang telah memberikan cinta, semangat, dukungan dan doa bagi penulis dalam menyelesaikan karya akhir.
9. Adik dan kakakku : Wahyu, yang telah meminjamkan *laptop* nya.. *sorry for the mistake that i made with yours*; Mbak Nina yang sudah berniat baik untuk membantu dari jauh, *thanks and also for you family there*.
10. Teman-teman HRD khususnya Mas Agung, Heri dan Ajeng yang sudah rela mengerjakan tugas *double* ketika peneliti harus “*off* “ karena mengerjakan tugas-tugas kampus.. *Thank you so much friends.. T O P BGT deh buat kalian*.

11. *My lovely*, Rika yang selalu mampu hadirkan semangat baru dan sudah setia menemani selama penyelesaian karya akhir ini. *Thank you dear for support, pray and especially your love that always light my life. Love you dear.* Semua pihak yang lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, atas waktu, dorongan, bantuan spiritual maupun material dan doa selama ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan masukan, kritikan dan saran dari semua pihak.

Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi perkembangan industri sepeda motor di Indonesia.



Jakarta, Maret 2009

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eko Cahyo Kurniawan
NPM : 0606147245
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis karya : Tesis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya saya yang berjudul :

**ANALISA PERSEPSI KONSUMEN SEPEDA MOTOR TERHADAP PEMILIHAN
SKUTER MATIK DI WILAYAH BALI**


berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Maret 2009

Yang menyatakan



(Eko Cahyo Kurniawan)

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:

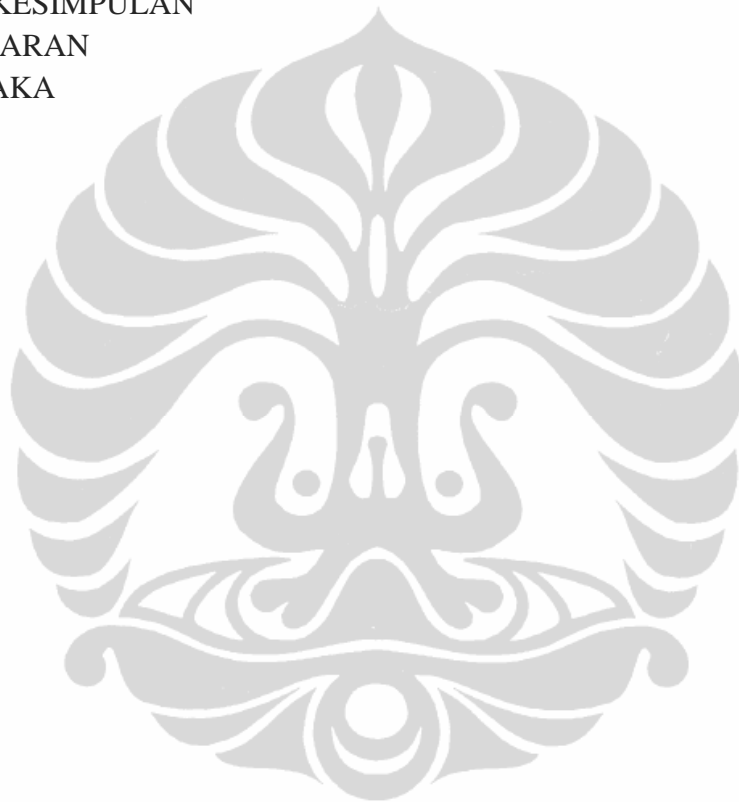
Perceptions, consumer perceptions, product attributes, automatic scoter, increasing automatic scooter sales in Bali

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.4. Lingkup Penelitian	3
1.5. Metodologi Penelitian	4
1.6. Sistematika Pembahasan	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Konsep Pemasaran	6
2.2. Motivasi Konsumen	7
2.3. Persepsi Konsumen	8
2.4. Sikap Konsumen	10
2.5. Lingkungan Mempengaruhi Perilaku Konsumsi	10
2.6. Timing Memasuki Pasar	12
2.6.1. First Mover	12
2.6.2. Second Mover and Fast Follower.	14
2.6.3. Determinan Kepemimpinan Pasar	14
2.7. Segmentasi	16
2.8. <i>Targeting</i>	17
2.9. <i>Positioning</i>	19
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1. Metode Penelitian	20
3.2. Desain Penelitian	20
3.2.1. <i>Exploratory Research.</i>	21
3.2.2. <i>Descriptive Research</i>	21
3.3. Metode Pengumpulan Data	22
3.3.1. Data Sekunder	22
3.3.2. Data Primer	22
3.4. Desain dan Format Pertanyaan Kuesioner	22

	3.5. Ukuran dan Metode <i>Sampling</i>	23
	3.6. Metode Analisis Data	24
	3.6.1. Analisis Deskriptif	25
	3.6.2. Analisis Cross Tab	25
BAB 4.	GAMBARAN INDUSTRI SEPEDA MOTOR INDONESIA DAN KARAKTERISTIK PROVINSI BALI	26
	4.1. Kendaraan Bermotor Roda Dua Menurut Standard Industri Indonesia	26
	4.2. Perkembangan Industri Sepeda Motor Di Indonesia	28
	4.3. Sejarah Perkembangan Sepeda Motor Matik di Indonesia	31
	4.4. Penjualan Sepeda Motor Matik di Indonesia	31
	4.5. Perkembangan Sepeda Motor Matik di Bali	32
	4.6. Karakteristik Provinsi Bali	32
	4.6.1. Geografi	32
	4.6.2. Penduduk	33
	4.6.3. Tenaga Kerja	33
	4.6.4. Agama	33
	4.6.5. Ekonomi	33
BAB 5.	ANALISA DAN PEMBAHASAN	35
	5.1. <i>Focus Group Discussion</i>	35
	5.1.1. Prosedur FGD	35
	5.1.2. Metode Observasi	36
	5.1.3. Profil Responden FGD	36
	5.1.4. Hasil Focus Group Discussion	36
	5.1.4.1. Atribut-Atribut yang dipertimbangkan responden dalam pemilihan sepeda motor	36
	5.1.4.2. Motivasi Responden menggunakan sepeda motor matik	38
	5.1.4.3. Motivasi Responden tidak menggunakan sepeda motor matik	38
	5.2. Profil Responden	39
	5.2.1. Jenis Kelamin Responden	39
	5.2.2 Status Marital Responden	40
	5.2.3 Pendidikan Terakhir yang ditamatkan responden..	40
	5.2.4 Pekerjaan Responden saat ini	41
	5.2.5 Pengeluaran Rata-Rata Responden Per- Bulan	42
	5.2.6 Usia Responden	43
	5.2.7 Distribusi pemakai sepeda motor Honda dan Yamaha	43
	5.2.8 Profil Responden secara umum dan terbanyak	44

5.3. Analisa Persepsi Konsumen..	44
5.4. Demografi konsumen mempengaruhi motif pemilihan sepeda motor	45
5.5. Persepsi Konsumen terhadap skuter matik	46
5.6. Demografi konsumen mempengaruhi motif pemilihan skuter matik	48
5.7. <i>Cross Tab Analysis</i>	49
5.7.1. Demografi konsumen dengan pemilihan sepeda motor matik	49
5.8. Strategi Pemasaran Skuter Matik di wilayah Bali	53
BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN	56
6.1. KESIMPULAN	56
6.2 SARAN	56
DAFTAR PUSTAKA	58



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Data Penjualan Kendaraan Bermotor Roda Dua Tahun 2007-Feb 2009	27
	Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI)	
Tabel 5.1	Atribut yang dipertimbangkan konsumen	36
Tabel 5.2	Motivasi menggunakan sepeda motor matik	38
Tabel 5.3	Motivasi tidak menggunakan sepeda motor matik	39
Tabel 5.4	Profil responden secara umum dan terbanyak	44
	Diolah dari hasil penelitian dengan Output SPSS ver. 15	
Tabel 5.5	Distribusi frekuensi atribut pemilihan sepeda motor	45
	Diolah dari hasil penelitian dengan Output SPSS ver. 15	
Tabel 5.6	ANOVA demografi responden dan ketertarikan terhadap skuter matik	46
Tabel 5.7	Distribusi frekuensi atribut memilih skuter matik	47
	Diolah dari hasil penelitian dengan Output SPSS ver. 15	
Tabel 5.8	Jenis kelamin vs pemilihan sepeda motor matik cross tab	49
Tabel 5.9	Pengeluaran perbulan vs pemilihan sepeda motor matik cross tab	50
Tabel 5.10	Pekerjaan vs pemilihan sepeda motor matik cross tab	51
Tabel 5.11	Pendidikan vs pemilihan sepeda motor matik cross tab	51
Tabel 5.12	Usia vs pemilihan sepeda motor matik cross tab	52
Tabel 5.13	Status Marital vs pemilihan sepeda motor matik cross tab	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahapan pembentukan persepsi Blech, George E. & Michael A. Belch. <i>Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communication Perspective</i> , Mc Graw Hill, 2007	8
Gambar 4.1	<i>Market Share</i> Penjualan Motor di Indonesia tahun 2008 AISI (telah diolah kembali)	28
Gambar 4.2	Perkembangan Penjualan Motor tahun 2007-2008 AISI (telah diolah kembali)	31
Gambar 5.1	Jenis Kelamin Responden Diolah dari hasil penelitian dengan Output SPSS ver. 15	39
Gambar 5.2	Status Marital Responden Diolah dari hasil penelitian dengan Output SPSS ver. 15	40
Gambar 5.3	Pendidikan Terakhir yang Ditamatkan Responden Diolah dari hasil penelitian dengan Output SPSS ver. 15	41
Gambar 5.4	Profil Pekerjaan Responden Diolah dari hasil penelitian dengan Output SPSS ver. 15	41
Gambar 5.5	Profil Pengeluaran Perbulan Responden Diolah dari hasil penelitian dengan Output SPSS ver. 15	42
Gambar 5.6	Profil Usia Responden Diolah dari hasil penelitian dengan Output SPSS ver. 15	43
Gambar 5.7	Distribusi pemakai sepeda motor responden Diolah dari hasil penelitian dengan Output SPSS ver. 15	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner <i>Project Motorcycle</i> Bali 2008	59
Lampiran 2	Demografi Responden	63
Lampiran 3	Atribut Konsumen Memilih Sepeda Motor	64
Lampiran 4	Atribut Konsumen Memilih Skuter Matik	65
Lampiran 5	Anova Demografi konsumen terhadap motif pemilihan sepeda motor	66
Lampiran 6	Anova Demografi konsumen terhadap motif pemilihan skuter matik	67
Lampiran 7	Regresi demografi konsumen terhadap Ketertarikan terhadap sepeda motor matik	68
Lampiran 8	Cross Tabs Demografi Konsumen terhadap Ketertarikan terhadap sepeda motor matik	71

