

ANALISIS MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA X SERIES (125 CC) DI SURABAYA

USULAN PENELITIAN

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi
Univeritas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk menyusun Skripsi S-1 Jurusan Manajemen



Oleh:

Reiza Rahamdhi
0812010015/ FE /EM

KEPADA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL `VETERAN`
JAWA TIMUR
2013

USULAN PENELITIAN

ANALISIS MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA
SUPRA X SERIES (125 CC) DI SURABAYA

Yang Diajukan

Reiza Rahamdhi
0812010015/ FE /EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh

Pembimbing Utama

Dra.Ec. Suhartuti, MM

Tanggal:

Mengetahui
Ketua Jurusan Progam Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar,MM
NIP. 19650907199103101

ANALISIS MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA
SUPRA X SERIES (125 CC) DI SURABAYA

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

Reiza Rahamdhi
0812010015 / FE /EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN'
JAWA TIMUR
2013

ANALISIS MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA
SUPRA X SERIES (125 CC) DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



Diajukan Oleh:

Reiza Rahamdh
0812010015/ FE /EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN'
JAWA TIMUR
2013

USULAN PENELITIAN

ANALISIS MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA X SERIES (125 CC) DI SURABAYA

Yang Diajukan

Reiza Rahamdhi
0812010015/ FE /EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh

Pembimbing Utama

Dra.Ec. Suhartuti, MM

Tanggal:

Mengetahui
Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi

Dr. Muhadjir Anwar,MM
NIP : 19650907199103101

SKRIPSI

ANALISIS MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA X SERIES (125 CC) DI SURABAYA

Yang diajukan

Reiza Rahamdhi
0812010015 / FE /EM

Disetujui untuk Ujian Lisan oleh:

Pembimbing Utama

Dra.Ec. Suhartuti, MM

Tanggal:

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Drs. Ec. R. A. Suwaedi, MS
NIP.196003301986031003

SKRIPSI

ANALISIS MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA
SUPRA X SERIES (125 CC) DI SURABAYA

Disusun oleh:

Reiza Rahamdhi
0812010015/ FE /EM

Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
pada tanggal : 3 Mei 2013

Pembimbing Utama

Tim Penguji :
Ketua

Dra.Ec. Suhartuti, MM

Dra.Ec. Suhartuti, MM

Sekretaris

Dr. Muhadjir Anwar, MM

Anggota

Dra.Ec. Nuruni Ika KW, MM

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Drs. Dhani Ichsanudin Nur. SE,MM.
NIP. 19630924 198903 1001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA X SERIES (125 CC) DI SURABAYA”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, penulis sangat berterima kasih atas segala bantuan dan fasilitas dari berbagai pihak yang diberikan kepada penulis guna mendukung penyelesaian skripsi ini. Maka kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Sudarto, MP selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur. SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar,MM, MS. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dra. Ec. Suhartuti, MM selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan skripsi sehingga penulis bisa merampungkan tugas skripsinya

5. Para Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran“ Jawa Timur.
6. Ayah dan Ibu yang telah memberikan banyak dorongan, semangat serta doa restu, baik secara moril maupun materil.
7. Berbagai pihak yang turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang telah disusun dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat berharap saran dan kritik membangun dari pembaca dan pihak lain.

Akhir kata, Penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAKSI	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Ekuitas Merek.....	7
2.2.1. Pengertian Ekuitas Merek.....	7
2.3. Kesadaran Merek (Brand Awareness)	9
2.3.1. Pengertian Kesadaran Merek (Brand Awareness)	9
2.3.2. Kesadaran Merek Dalam Sebuah Tingkatan.....	10
2.4. Kesan Kualitas (Perceived Quality)	11
2.4.1. Pengertian Kesan Kualitas.....	11
2.4.2. Kesan Kualitas Menghasilkan Nilai.....	12
2.5. Asosiasi Merek (Brand Associations).....	14
2.5.1. Pengertian Asosiasi Merek	14
2.5.2 Asosiasi Merek Menciptakan Nilai	16
2.6. Aset Merek Lainnya (Other Brand Asset)	17

2.7. Perilaku Konsumen.....	18
2.7.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	18
2.7.2. Perilaku Minat Beli Konsumen.....	18
2.8. Minat Beli.....	18
2.9. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen .	19
2.10. Kerangka Konseptual.....	21
2.11. Hipotesis.....	21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	22
3.1.1. Definisi Operasional Variabel	22
3.2. Pengukuran Variabel.....	25
3.3. Teknik Penentuan Sampel	26
3.3.1. Populasi	26
3.3.2. Sampel	26
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4.1. Jenis Data.....	27
3.4.2. Sumber Data	28
3.4.3. Pengumpulan Data	28
3.5. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	28
3.5.1. Teknik Analisis	28
3.5.1.2 Cara Kerja PLS	30
3.5.1.3 Model Spesifikasi PLS	31
3.5.1.4 Langkah-langkah PLS	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	48
4.1.1. Sejarah Honda Surabaya (PT, HD MOTOR 99)	48
4.2. Deskriptif Hasil Penelitian.....	50
4.2.1. Analisis Karakteristik Responden	50
4.2.2. Deskripsi Variabel Ekuitas Merek (X)	51

4.2.3. Deskripsi Variabel Minat Beli (Y)	56
4.3. Deskripsi Hasil Analisis dan Uji Hipotesis	58
4.3.1 Pengujian Model (Outer Model)	58
4.3.1.1 Outer Loading (Model Pengukuran dan Validitas)	58
4.3.2 Average Variance Extracted	59
4.3.3 Composite Reliability	60
4.3.4 Result For Outer Weights	61
4.3.5 Inner Model (Pengujian Model Struktural)	62
4.3.6 Uji Outlier	63
4.4 Pembahasan	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

KUISIONER

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Penjualan Sepeda Motor Honda Supra X Series (125 cc) di Surabaya 2009-2011	3
Tabel 1.2.	Market Share Honda Supra X Series 125 (125 cc) di Jawa Timur 2010-2012	3
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Dimensi Variabel Ekuitas Merek (Kesadaran Merek X1)	51
Tabel 4.4.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Dimensi Variabel Ekuitas Merek (Kesan Kualitas X2)	53
Tabel 4.5.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Dimensi Variabel Ekuitas Merek (Asosiasi Merek X3)	55
Tabel 4.6.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Beli...	56
Tabel 4.7.	Outer Loading	58
Tabel 4.8.	Average Variance Extracted	59
Tabel 4.9.	Reabilitas Data	60
Tabel 4.10.	Data Results For Outer	61
Tabel 4.11.	R-Square	62
Table 4.12.	Result For Inner Weights	63
Tabel 4.13.	Uji Outlier	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 3.1. Langkah-langkah PLS.....	32
Gambar 3.2. Contoh Diagram Jalur PLS	35
Gambar 3.3. Gambar Pengukuran Model PLS.....	47
Gambar 4.1. Logo Honda	48
Gambar 4.2 Model PLS	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 : Pengolahan Data Model PLS
- Lampiran 4 : Data Penjualan Dan Market Share

ANALISIS MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA X SERIES (125 CC) DI SURABAYA

Reiza Rahamdhi

Abstraksi

Perkembangan pesat industri otomotif di Indonesia membuat tingkat persaingannya menjadi ketat, khususnya pada industri sepeda motor. Hal ini terlihat dari semakin beraneka ragamnya merek dan jenis sepeda motor di Indonesia. Banyaknya produk yang memiliki kesamaan bentuk, kegunaan dan fitur-fitur lain membuat konsumen kesulitan untuk membedakan produk. Hal ini menjadikan perusahaan-perusahaan otomotif saling berlomba untuk menghasilkan sepeda motor yang mampu memenuhi kebutuhan, keinginan dan selera konsumen serta menawarkan harga yang bisa dijangkau oleh konsumen pada umumnya. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui analisis minat beli sepeda motor.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ekuitas merek (X) dan minat beli (Y). Skala dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang calon pembeli sepeda motor yang berada di Surabaya yang berjumlah 108 orang. Data yang dipergunakan adalah data primer yaitu data yang berdasarkan kuisioner hasil jawaban responden. Sedangkan teknik analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS).

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, telah didapatkan kesimpulan bahwa Ekuitas Merek berpengaruh Non Signifikan (Negatif) terhadap Minat Beli Konsumen.

Keywords : Ekuitas Merek, Minat Beli

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pesat industri otomotif di Indonesia membuat tingkat persaingannya menjadi ketat, khususnya pada industri sepeda motor. Para perusahaan otomotif sepeda motor terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin beraneka ragamnya merek dan jenis sepeda motor di Indonesia. Akibatnya konsumen semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yaitu faktor nilai atau manfaat yang akan diperoleh konsumen dari suatu produk. Selain itu, konsumen juga mempertimbangkan berapa besar biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut.

Banyaknya produk yang memiliki kesamaan bentuk, kegunaan dan fitur-fitur lain membuat konsumen kesulitan untuk membedakan produk. Inovasi produk terus dilakukan oleh perusahaan otomotif sepeda motor untuk menarik perhatian konsumen dan tentu saja agar konsumen bersedia membeli produk yang dihasilkan.

Merek merupakan faktor penting dalam persaingan dan menjadi aset perusahaan yang bernilai. American Marketing Association (AMA) mendefinisikan merek (brand) sebagai "nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya dari barang atau jasa pesaing.

Seiring dengan perkembangan perekonomian dan teknologi yang maju, sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang dibutuhkan masyarakat luas. Keanekaragaman bentuk sepeda motor yang tersedia saat ini membuat konsumen memiliki pilihan yang luas. Hal ini menjadikan perusahaan-perusahaan otomotif saling berlomba untuk menghasilkan sepeda motor yang mampu memenuhi kebutuhan, keinginan dan selera konsumen serta menawarkan harga yang bisa dijangkau oleh konsumen pada umumnya.

Saat ini segmen sepeda motor yang sedang kurang diminati adalah segmen sepeda motor bebek. Karena segmen sepeda motor bebek adalah sepeda motor dengan harga di atas Rp. 10 juta berkapasitas dua penumpang dengan kapasitas mesin lebih dari 100 cc. Sepeda motor segmen bebek sedang kurang diminati konsumen karena sepeda motor bebek kurang praktis bergerak di tengah lalu lintas yang padat. Sepeda motor segmen bebek di Indonesia dalam beberapa tahun ini sangat padat oleh berbagai merek pabrikan dunia. Sehingga kini di segmen sepeda motor bebek terdapat beragam varian seperti Honda Supra X , Yamaha Jupiter, dan Suzuki Shogun.

Pada tabel 1.1 dibawah ini tampak penjualan sepeda motor Honda Supra X Series (125 cc) di Surabaya dalam tiga tahun terakhir:

Tabel 1.1

DATA PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA X SERIES (125 cc)
DI SURABAYA TAHUN 2009-2011

TAHUN	UNIT
2009	1.132
2010	1.003
2011	811

Sumber: HD Motor 99

Tabel 1.2

MARKET SHARE HONDA SUPRA X SERIES (125 CC)
DI JAWA TIMUR

TAHUN	HONDA	YAMAHA	LAIN-LAIN
2010	52 %	39 %	9 %
2011	62 %	29 %	9 %
2012	66 %	24 %	10 %

Sumber : HD Motor 99

Dari data di atas dapat terlihat bahwa penjualan sepeda motor Honda Supra sempat mengalami penurunan pada tahun 2010 sebesar 1.003 unit, namun penjualannya

kembali menurun sebesar 811 unit ditahun 2011. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini sepeda motor Honda Supra X Series (125 cc) kurang diminati konsumen.

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa meskipun market share Honda Supra X Series (125 cc) meningkat setiap tahunnya. Tetapi dengan adanya penurunan penjualan yang di alami oleh Honda Supra X Series (125 cc) sepanjang tahun 2009 hingga 2011. Mengindikasikan bahwa minat beli konsumen atau ketertarikan konsumen terhadap Honda Supra X Series (125 cc) mengalami penurunan. Kurangnya minat beli dari konsumen terhadap Honda Supra X Series (125 cc), kemungkinan di sebabkan adanya permasalahan pada ekuitas merek yang rendah.

Dalam hal ini, penjualan sepeda motor Honda Supra X Series (125 cc) yang turun mengindikasikan kekuatan merek (brand equity) Honda melemah. Karena semakin banyaknya konsumen yang berpindah dari sepeda motor bebek ke sepeda motor matic. Hal ini jelas merupakan ancaman bagi Honda Supra X Series (125 cc) dalam dominasinya di segmen sepeda motor bebek. Data ini bersumber dari PT. HD MOTOR 99 (Sumber : PT. HD MOTOR 99).

Berdasarkan penelitian terdahulu maka, dapat di simpulkan bahwa minat beli konsumen sangat berpengaruh terhadap ekuitas merek. latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini akan memfokuskan pada elemen-elemen ekuitas merek, yaitu kesadaran merek, kesan kualitas, dan asosiasi merek. (Aaker,1991). Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul : “ANALISIS MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA X SERIES (125 cc) DI SURABAYA”

1.2. Rumusan Masalah

Merujuk pada pendahuluan, dapat ditarik beberapa rumusan masalah penelitian, antara lain:

- Apakah variabel Ekuitas merek berpengaruh terhadap minat beli konsumen ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh ekuitas merek terhadap minat beli sepeda motor Honda Supra X Series (125 cc) di Surabaya.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan minat beli, kesadaran merek, kesan kualitas, dan asosiasi merek.
2. Sebagai bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang dikaji dalam penelitian ini.
3. Sebagai media untuk menguji kemampuan menulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh.