

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR
*AUTOMATIC HONDA SCOOPY***

SKRIPSI

Nama : Rahmat Basuki
NIM : 43107110064



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2012

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR
*AUTOMATIC HONDA SCOOPY***

SKRIPSI
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1

N a m a : Rahmat Basuki
N I M : 43107110064



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2012

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmat Basuki

NIM : 43107110064

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 April 2012



(Rahmat Basuki)

NIM : 43107110064

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rahmat Basuki
NIM : 43107110064
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : **Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan
Pembelian Sepeda Motor *Automatic Honda Scoopy***
Tanggal Lulus Ujian : 13 September 2012

Disahkan oleh:

Pembimbing skripsi



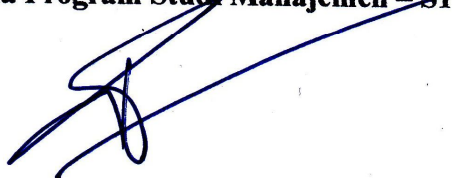
(Dr. Rina Astini, SE., MM)

Dekan



(Dr. Wiwik Utami, SE., Ak. MS)

Ketua Program Studi Manajemen – S1



(Arief Bowo Prayoga K, SE., MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

**Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda
Motor Automatic Honda Scoopy**

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

Rahmat Basuki
43107110064

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 13 September 2012

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



(Luna Haningsih, SE., ME)

Anggota Dewan Penguji



(Tafiprios, SE., MM)

Anggota Dewan Penguji



(Hesti Maheswari, SE., M.Si)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat, kasih sayang dan atas segala rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Automatic Honda Scoopy”**, sebagai salah satu syarat untuk menempuh Ujian Sarjana Ekonomi Manajemen pada Universitas Mercubuana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan bukan semata-mata karena usaha dari penulis sendiri, tetapi juga berkat bantuan dan bimbingan yang diberikan oleh banyak pihak, baik secara langsung maupun secara tidak langsung dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- a. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho, M.M, selaku Rektor Universitas Mercubuana.
- b. Bapak Yenon Orsa, Ir., M.T, selaku Direktur Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana
- c. Ibu Dr. Wiwik Utami, SE, Ak, M.S, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.
- d. Ibu Dr. Rina Astini, S.E., M.M. selaku pembimbing skripsi yang telah dengan sabar dan berkenan memberikan waktu, petunjuk, bimbingan, dan nasihatnya selama penulis mengerjakan skripsi.

- e. Bapak Arief Bowo Prayoga K, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercubuana, Jakarta.
- f. Teristimewa kepada Ayah dan Ibu tercinta, adik Ubay dan Sigit yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan sampai skripsi ini selesai.
- g. Para dosen Program Studi Manajemen Universitas Mercubuana Jakarta yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama perkuliahan.
- h. Seluruh staff unit pelayanan mahasiswa dan perpustakaan yang telah membantu penulis.
- i. Bapak Bagijo Kertorahardjo dan Ibu Ilana Pranoto yang telah memberikan dukungan selama perkuliahan sampai skripsi ini selesai.
- j. Almarhum Bapak Agus Nuryanto, sahabat tercinta yang menjadi motivator dengan semangat belajar yang tinggi.
- k. Rekan-rekan seperjuangan MUMBA XI dan Tim Futsal UMB All Star yang selalu memberi semangat belajar.
- l. Novi Herliana yang tidak pernah lelah memotivasi, memberikan doa dan dukungannya.
- m. Teman-teman seperjuangan dikampus, yang telah memberikan kenangan manis, dukungan serta solidaritasnya kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

- n. Serta semua pihak yang telah banyak membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan semangatnya.

Semoga Allah SWT memberikan pahala dan balasan yang berlipat ganda atas amaldan budi baiksemua pihak tersebut di atas. Amin. Akhirnya, dari segala ketulusan hati semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 07 agustus 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	10
2.3 Pengertian Diferensiasi Produk.....	11

2.3.1 Syarat Diferensiasi.....	15
2.3.2 Tahap-tahap Membangun Diferensiasi.....	16
2.4 Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
2.5 Penelitian Terdahulu.....	22
2.6 Model Penelitian.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Obyek Penelitian.....	26
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	26
3.1.2 Gambaran Umum Perusahaan.....	26
3.2 Desain Penelitian.....	27
3.3 Hipotesis.....	27
3.4 Variabel dan Skala Pengukuran.....	28
3.4.1 Variabel.....	28
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.4.3 Skala Pengukuran.....	31
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.6 Jenis Data.....	32
3.7 Populasi dan Sampel.....	33
3.7.1 Populasi.....	33
3.7.2 Sampel.....	33
3.8 Metode Analisis Data.....	34
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
3.8.2 Analisis Deskriptif	36

3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	37
3.8.5 Uji Hipotesis.....	38
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Karakteristik Responden.....	41
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	41
4.1.2 Usia Responden.....	42
4.1.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	43
4.1.4 Pekerjaan Responden.....	44
4.1.5 Pendapatan Per Bulan Responden.....	45
4.1.6 Rekapitulasi Karakteristik Responden.....	46
4.2 Analisis Diferensiasi Produk Sepeda Motor Automatic Honda Scoopy.....	47
4.3 Analisis Keputusan Pembelian Sepeda Motor <i>Automatic Honda</i> <i>Scoopy</i>	57
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	70
4.4.1 Uji Validitas.....	70
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	71
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.5.1 Uji Normalitas.....	73
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.6 Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	75

4.6.1 Persamaan Linier Regresi Sederhana.....	75
4.6.2 Uji t.....	76
4.6.3 Analisis Model Summary.....	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Simpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Data Penjualan Sepeda Motor <i>All Brand</i> Tahun 20113
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu22
Tabel 2.2	Penelitian terdahulu (lanjutan 1)23
Tabel 2.3	Penelitian terdahulu (lanjutan 2)24
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Diferensiasi Produk29
Tabel 3.2	Operasional Variabel Keputusan Pembelian Konsumen29
Tabel 3.3	Operasional Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (lanjutan 1)30
Tabel 3.4	Operasional Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (lanjutan 2)31
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden41
Tabel 4.2	Usia Responden42
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir Responden43
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden44
Tabel 4.5	Pendapatan Per Bulan Responden45
Tabel 4.6	Rekapitulasi Karakteristik Responden46
Tabel 4.7	Sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i> memiliki bentuk yang menarik48
Tabel 4.8	Sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i> mempunyai keistimewaan yang khusus49
Tabel 4.9	Sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i> memiliki kinerja yang baik dalam penggunaannya50

Tabel 4.10	Sepeda motor <i>automatic Honda scoopy</i> memiliki daya tahan yang tinggi	51
Tabel 4.11	Sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i> memiliki tingkat keandalan yang tinggi	52
Tabel 4.12	Sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i> mudah untuk digunakan dan diperbaiki	53
Tabel 4.13	Sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i> mempunyai gaya yang berbeda dan unik	54
Tabel 4.14	Sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i> memiliki rancangan yang khas	55
Tabel 4.15	Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Diferensiasi Produk	56
Tabel 4.16	Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Diferensiasi Produk (lanjutan)	57
Tabel 4.17	Ingin menggunakan sepeda motor <i>automatic</i> dengan merek yang baru	58
Tabel 4.18	Merasa aman dalam mengendarai sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i>	59
Tabel 4.19	Sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i> memenuhi kebutuhan transportasi saya	60
Tabel 4.20	Mencari informasi sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i> melalui media cetak dan media elektronik	61
Tabel 4.21	Mencari informasi sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i>	

	melalui teman dan lingkungan	62
Tabel 4.22	Dari banyak merek sepeda motor <i>automatic</i> yang sudah ada, sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i> yang saya pilih	63
Tabel 4.23	Memilih sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i> karena sesuai dengan kebutuhan	64
Tabel 4.24	Mengumpulkan data dan informasi mengenai sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i> dalam keputusan pembelian	65
Tabel 4.25	Setelah menggunakan sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i> , saya tertarik untuk membelinya kembali	66
Tabel 4.26	Setelah menggunakan sepeda motor <i>automatic Honda Scoopy</i> , Saya menceritakannya kepada teman/sahabat	67
Tabel 4.27	Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.28	Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Keputusan Pembelian (lanjutan)	69
Tabel 4.29	Uji Validitas terhadap Variabel X Diferensiasi Produk	70
Tabel 4.30	Uji Validitas terhadap Variabel Y Keputusan Pembelian (Lanjutan)	71
Tabel 4.31	Hasil Uji Reliabilitas Diferensiasi Produk	71
Tabel 4.32	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	72
Tabel 4.33	Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4.34	Coefficients ^a	75
Tabel 4.35	Hasil Analisis Model Summary	78

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1	Empat komponen P dalam pemasaran	10
Gambar 2.2	Hubungan Empat P dengan Empat C	11
Gambar 2.3	Model Penelitian	24
Gambar 4.1	Grafik <i>scatterplot</i>	74
Gambar 4.2	Grafik uji hipotesis.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1	Jawaban Responden Untuk Karakteristik Responden.....	84
Lampiran 2	Jawaban Responden Variabel Diferensiasi Produk.....	86
Lampiran 3	Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	88
Lampiran 4	Analisis Deskriptif Frekuensi Karakteristik Responden.....	92
Lampiran 5	Analisis Deskriptif Frekuensi Variabel Diferensiasi Produk.....	94
Lampiran 6	Rekapitulasi Jawaban Responden Deskriptif Frekuensi Variabel Diferensiasi Produk.....	97
Lampiran 7	Analisis Deskriptif Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian...	98
Lampiran 8	Rekapitulasi Jawaban Responden Deskriptif Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	102
Lampiran 9	Uji Validitas	103
Lampiran 10	Uji Reliabilitas.....	105
Lampiran 11	Uji Regresi Linier Sederhana.....	106
Lampiran 12	Tabel r.....	107
Lampiran 13	Tabel t	108
Lampiran 14	Kuesioner	109