

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP SEPEDA MOTOR
HONDA SUPRA X 125 R BERDASARKAN ATRIBUT-
ATRIBUT 4P DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

**NAMA : LIDYA NUGRAHENNI
NIM : 11 06 4490**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2011**

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP SEPEDA MOTOR
HONDA SUPRA X 125 R BERDASARKAN ATRIBUT-
ATRIBUT 4P DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas
Kristen Duta Wacana Yogyakarta Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.



**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2011**

HALAMAN PERSETUJUAN



3/8'11
Disetujui,
Dosen Pembimbing Skripsi

Jonathan Herdioko, S.E., M.M.

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagai
Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Tanggal

11 Agustus 2011



Mengesahkan
Dekan

[Signature]
Dra. Insiwijati Prasetyaningsih, MM.

Dewan Penguji

1. Jonathan Herdioko, SE., MM.
2. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si.
3. Drs. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min.

[Signature]
.....
[Signature]
.....
[Signature]
.....

HALAMAN MOTTO

Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada-Ku mengenai kamu, demikianlah firman TUHAN, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan.

(Yeremia 29:11)

Jangan seorangpun menganggap engkau rendah karena engkau muda. Jadilah teladan bagi orang-orang percaya, dalam perkataanmu, dalam tingkah lakumu, dalam kasihmu, dalam kesetiaanmu dan dalam kesucianmu.

(1 Timotius 4:12)

Anak-anakku, marilah kita mengasihi bukan dengan perkataan atau dengan lidah, tetapi dengan perbuatan dan dalam kebenaran.

(1 Yohanes 3:18)

Iman adalah dasar dari segala sesuatu yang kita harapkan dan bukti dari segala sesuatu yang tidak kita lihat.

(Ibrani 11:1)

Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang membeikan kekuatan kepadaku.

(Filipi 4:13)

"Tidak ada satupun yang mustahil bagi TUHAN dan bagi orang yang percaya kepada-Nya."

HALAMAN PERSEMBAHAN

© UKDWN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- ♥ Tuhan Yesus Kristus
- ♥ (Alm) Papa dan Mama
- ♥ Kk dan Cc
- ♥ My Familys
- ♥ My Friends
- ♥ Almamaterku Duta Wacana

KATA PENGANTAR

Segala puji, hormat dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih, anugerah, kekuatan, pertolongan serta berkat-Nya yang diberikan-Nya kepada penulis, Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Kepuasan Konsumen Terhadap Sepeda Motor Honda Supra-X 125 R Berdasarkan Atribut-Atribut 4P Di Kota Yogyakarta”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi jurusan manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW) Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa adanya motivasi, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung ataupun tidak langsung, maka skripsi ini tidak akan terselesaikan. Oleh sebab itu, dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu memberikan kasih, anugerah, kekuatan, pertolongan dan berkat-Nya sehingga penulis penulis dapat mengerjakan serta menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Ibu Insiwijati Prasetyaningsih, Dra. MM, Yang sudah memberikan pengarahan.
3. Bapak Jonathan Herdioko, SE, MM. Selaku dosen pembimbing yang sudah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai.
4. Ibu Umi Murtini, SE, M.Si, selaku dosen wali yang sudah memberikan arahan dan masukan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana yang sudah memberikan bekal ilmu yang sangat berguna bagi penulis, yang penulis dapatkan dalam bangku perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu staf Universitas Kristen Duta Wacana yang sudah memberikan informasi.
7. (Alm) Papa dan Mamaku tercinta yang selalu setia memperhatikan, menyayangi, mengarahkan, membimbing dan mendukung baik di dalam doa dan dana.

8. Cc ku (Ruth Karlina) tersayang, yang selalu memberikan masukan, arahan serta suport dan dukungan dalam doa.
9. Kk ku (Anton Setiabudi) terkasih, yang sudah memberikan masukan, suport dan dukungan dalam doa.
10. Empek dan Uwak, yang sudah memberikan perhatian, masukan, suport dan mendukung dalam doa.
11. Saudara-saudaraku (terutama Fanny dan Evi), yang sudah memberikan masukan, suport dan dukungan dalam doa.
12. My best friends, yaitu: Diana, Lina dan Yuli, yang saling mengingatkan, memberi masukan, mendukung dan mendoakan. Makasih buat persahabatan yang sudah menjadi seperti persaudaraan selama ini. Senangnya bisa mengenal dan menjalin hubungan dengan kalian. ☺
13. Temen-temen di Solo, terutama my best friends buat Novi dan Tina yang mensupport dan mendukung dalam doa.
14. Teman-teman di Yogyakarta yang sudah memberi suport dan mendukung dalam doa.
15. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih buat bantuan, kerja sama dan dukungan doa selama ini.

Penulis percaya bahwa kasih dan kemurahan Tuhan selalu menyertai semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam skripsi ini. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu segala saran dan kritik yang bersifat positif dan membangun sangat penulis harapkan dan akan penulis terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap orang yang membacanya.

Yogyakarta, Agustus 2011

Penulis

Lidya Nugrahenni

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengajuan.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Abstrak.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Batasan Masalah.....	4
1.6. Jenis Data	7
1.7. Metode pengambilan sampel.....	8
BAB II LANDASAN TEORI, STUDY PUSTAKA, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Pemasaran.....	9
2.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.3 Konsep Pemasaran	12
2.4 Marketing Mix.....	14
1. Produk	15
2. Harga	15
3. Distribusi	15
4. Promosi	15

2.5 Teori Perilaku Konsumen.....	16
2.6 Konsep Kepuasan Pelanggan	20
2.7 Teori dan Model Kepuasan Konsumen	25
2.8 Metode dan Teknik Pengukuran Konsumen	26
2.9 Hipotesis.....	30
2.10 Metodologi Penelitian	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1. Data	33
3.1.1. Jenis data	33
3.1.2. Pengumpulan data dengan cara:.....	33
3.1.3. Sampel.....	34
3.2. Definisi Variabel dan Pengukurannya.....	35
3.2.1. Variabel Penelitian.....	35
3.2.2. Skala Penelitian.....	38
3.3. Desain Penelitian.....	39
3.4. Model Statistik Dan Uji Hipotesis	40
3.4.1. Jenis Data	40
3.4.2. Pengujian Instrumen.....	41
3.4.3 Metode Analisis Data.....	43
BAB IV ANALISIS DATA	45
4.1. Pengujian Validitas dan Realibilitas	45
4.1.1 Uji Validitas	45
4.1.2 Reliabilitas.....	47
4.2 Analisis Persentase.....	49
4.3 Indeks Kepuasan Pelanggan.....	53
4.3.1 Menghitung bobot tingkat kepentingan (IM).....	54
4.3.2 Menghitung bobot hasil yang dirasakan (PP)	56
4.3.3 Menghitung Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP).....	59
4.3.4 Hasil Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) keseluruhan (12 atribut)	61

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Simpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	67

© UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Validitas Aspek Kepentingan Atribut Produk Sepeda Motor Honda Supra-X 125 R	46
Tabel 4.2 Validitas Aspek Kepuasan Atribut Produk Sepeda Motor Honda Supra-X 125 R	47
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas untuk Kepentingan dan Kepuasan Produk Sepeda Motor Honda Supra-X 125 R	49
Tabel 4.4 Hasil responden berdasarkan jenis kelamin	49
Tabel 4.5 Hasil responden berdasarkan kelompok usia	50
Tabel 4.6 Hasil responden berdasarkan tingkat pendapatan per bulan	51
Tabel 4.7 Hasil responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir	52
Tabel 4.8 Hasil responden berdasarkan jenis pekerjaan	53
Tabel 4.9 Skor tingkat kepentingan terhadap atribut sepeda motor Honda Supra-X 125 R	55
Tabel 4.10 Skor hasil yang dirasakan terhadap atribut sepeda motor Honda Supra-X 125 R	57
Tabel 4.11 Indeks Kepuasan Pelanggan	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	22
Gambar 3.1 Tahapan Proses Penelitian.....	40
Gambar 4.1 Interval Skala Kepuasan Pelanggan Keseluruhan.....	61

© UKDW

ABSTRAKSI

Persaingan bisnis yang semakin ketat terutama dalam industri sepeda motor, menuntut para produsen untuk berpikir keras tentang bagaimana memenangkan suatu persaingan di pasar konsumen. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan dengan competitor salah satunya dengan menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan harga bersaing. Melalui produk yang dihasilkan, perusahaan menciptakan dan membina langganan. Oleh sebab itu keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasarannya. Usaha-usaha pemasaran harus diarahkan kepada pasar konsumen yang ingin dituju sebagai sasaran pasarnya

Dalam penelitian ini, rumusan masalahnya adalah bagaimanakah profil konsumen sepeda motor Honda Supra-X 125 R di kota Yogyakarta, atribut produk apa saja yang paling berperan penting dalam memberikan kepuasan kepada konsumen, serta bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda Supra-X 125 R. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui profil konsumen sepeda motor Honda Supra-X 125 R, mengetahui atribut produk apa yang paling berperan penting dalam memberikan kepuasan pada konsumen, dan mengetahui tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Honda Supra-X 125 R.

Adapun alat analisis yang digunakan adalah analisis persentase dan Indeks Kepuasan Konsumen (IKP). Berdasarkan analisis persentase konsumen produk sepeda motor Honda Supra-X 125 R didominasi oleh pria, tingkat usia 20-30 tahun, pendapatan kurang dari Rp. 500.000,- per bulan, pendidikan terakhir SLTA, dan pekerjaan sebagai mahasiswa atau pelajar. Berdasarkan analisis Indeks Kepuasan Konsumen, atribut produk Sepeda Motor Honda Supra-X 125 R yang paling berperan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen adalah atribut suku cadang, serta sebagian besar konsumen di wilayah kota Yogyakarta merasa puas setelah menggunakan sepeda motor Honda Supra-X 125 R dilihat dari berbagai atribut yang melekat pada produk. Mengamati fenomena demikian, sebaiknya perusahaan menciptakan model atau desain yang sporty, dinamis dan futuristik. Perusahaan hendaknya juga memberikan kebijakan yang longgar dalam hal perkreditan supaya mampu menjangkau masyarakat kalangan menengah ke bawah. Kualitas produk juga harus dipertahankan, bahkan perlu terus ditingkatkan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Kata kunci: Indeks Kepuasan Pelanggan, Honda Supra-X 125R, *Marketing Mix*.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan yang terjadi dalam dunia transportasi di Indonesia terasa semakin pesat. Hal ini nampak dengan semakin banyaknya sepeda motor yang dimiliki oleh masyarakat. Sepeda motor seakan sudah menjadi salah satu kebutuhan utama untuk memperlancar mobilitas dari satu tempat ke tempat yang lain. Motor bukan lagi merupakan suatu barang mewah yang hanya bisa dinikmati oleh orang-orang ekonomi atas. Masyarakat lebih memilih manfaat yang ditawarkan dari produk ini. Apalagi dengan berbagai jenis merek yang ada di pasaran, mulai dari harga yang murah sampai yang mahal, maka konsumen bisa leluasa menentukan pilihannya.

Fenomena demikian yang menuntut kejelian para produsen sepeda motor untuk berlomba menciptakan produk yang dapat menarik konsumen sebanyak mungkin. Pada hakekatnya tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas (Kotler, 2000:43). tercipta kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 1997:24).

Kompetisi yang cukup seru pun terjadi di antara para produsen raksasa seperti: Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki. Masing-masing

mengeluarkan jurus-jurus mautnya untuk bisa menghasilkan sepeda motor yang bisa memuaskan konsumen. Misalnya : Yamaha yang sedang gencar-gencarnya mempromosikan Jupiter MX, Suzuki dengan produk Smash, Kawasaki menawarkan produk Blitz R. Tentu saja masing-masing produsen juga menawarkan penambahan volume silinder untuk jenis-jenis produk terbarunya.

Honda yang sebelumnya dikenal tidak suka melakukan inovasi bentuk, kini mulai meninggalkan strateginya tersebut. Maka jadilah Honda Supra sebagai inovasi produk mereka. Produk ini pertama dipasarkan pada akhir tahun 1997. Kemunculannya tentulah membawa angin segar bagi para pecinta produk Honda. Ini beralasan karena serangkaian generasi pendahulunya, tidak memiliki bentuk yang *sporty* seperti motor ini.

Dalam proses kelanjutannya, Honda Supra diinovasi dengan penambahan rem cakram untuk rem depannya. Disertai pula dengan polesan striping baru yang lebih beragam, dengan corak warna yang bervariasi. Reaksi para kompetitor yang cukup kreatif, memicu Honda melakukan terobosan baru lagi. Supra-X mengalami pembaruan pada semua bodinya, disertai penambahan kapasitas isi silindernya dari 100 cc menjadi 125 cc. Produk barunya ini diberi nama Honda Supra-X 125 D, tidak lama kemudian Honda melakukan terobosan barunya lagi, pembaharuan dari Honda Supra-X 125 D menjadi Honda Supra-X 125 R yaitu dimana produk tersebut lebih dilengkapi dengan *double* rem cakram. Produk ini juga menawarkan desain yang futuristic, ramping, sporty dan dinamis. Ditunjang oleh sistem penguncian yang dilengkapi cover

bermagnet yang lebih melindungi kendaraan dari pencurian. Untuk speedometranya juga telah menggunakan sistem digital.

Mampukah produk Honda Supra-X 125 R ini memberikan kepuasan pada konsumennya melalui berbagai atribut yang melekat? Oleh karena itulah penulis tertarik untuk menganalisis dan menyajikannya dalam judul “KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA X 125 R BERDASARKAN ATRIBUT-ATRIBUT 4P DI KOTA YOGYAKARTA“.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Atribut produk apa yang paling berperan penting dalam memberikan kepuasan pada konsumen sepeda motor Honda Supra-X 125 R di kota Yogyakarta?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda Supra-X 125 R di kota Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui atribut produk apa yang paling berperan penting dalam membrikan kepuasan pada konsumen sepeda motor Honda Supra-X 125 R di Kota Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Honda Supra-X 125 R di kota Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Untuk menyelesaikan program studi strata satu (SI) dan untuk menambah wawasan dan pengalaman baru serta untuk menerapkan disiplin ilmu yang telah diperoleh selama kuliah ke dalam praktek.

2. Bagi perusahaan

Sebagai dasar pertimbangan bagi PT Astra Honda Motor dalam mengelola usahanya terutama untuk lebih mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Honda Supra-X 125 R.

3. Bagi pihak lain

Dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan bagi pihak-pihak lain dan dapat menjadi tambahan informasi mengenai produk sepeda motor Honda Supra-X 125 R.

1.5. Batasan Masalah

Agar permasalahan tidak terlampaui luas dan penelitian dapat lebih terarah, maka penulis memberi batasan masalah sebagai berikut:

1. Obyek yang diteliti adalah sepeda motor Honda Supra-X 125 R.
2. Penelitian dilakukan di Kota Yogyakarta.
3. Jumlah responden yang diteliti sebanyak 100 orang.
4. Responden yang diteliti adalah orang yang pernah membeli dan atau menggunakan sepeda motor Honda Supra-X 125 R.
5. Atribut 4P yang diteliti meliputi :
 - a. Produk / *Product*

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Fandy Tjiptono, 1995:76). Pengukuran faktor diteliti melalui variabel sebagai berikut:

- Bentuk / model
- Fitur
- Keandalan
- Keiritan
- Keawetan
- Warna

b. Harga / *Price*

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk (Basu Swasta, 1997:241).

Pengukuran faktor harga diteliti melalui variabel sebagai berikut :

- Harga yang sesuai dengan kualitas produk.
- Harga yang relative terjangkau.
- Harga jual kembali.

c. Distribusi / *Place*

Tempat menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen (Stanton, 1997:310). Pengukuran faktor distribusi diteliti melalui variabel sebagai berikut:

- Produk mudah didapat
- Suku cadang mudah didapat.

d. Promosi / *Promotion*

Promosi adalah salah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberikan informasi tentang keistimewaan, kegunaan, dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, untuk mengubah sikap ataupun mendorong orang untuk bertindak, dalam hal ini membeli (Fandy Tjiptono, 1995:200). Pengukuran faktor promosi diteliti melalui variabel sebagai berikut :

- Promosi yang intensif.
- Promosi melalui catalog pada majalah, iklan dikoran atau iklan ditelevisi.

6. Karakteristik konsumen yang diteliti meliputi :

- | | |
|------------------|---------------|
| a. Jenis kelamin | d. Pendidikan |
| b. Usia | e. Pekerjaan |
| c. Pendapatan | |

1.6. Jenis Data

1. Data primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya yaitu konsumen sepeda motor Honda Supra-X 125 R di Yogyakarta.

2. Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya; meliputi: buku-buku yang berhubungan langsung dengan topik penelitian.

Cara memperoleh data:

a. Interview

Adalah Tanya jawab antara peneliti dan responden yang dilakukan secara langsung pada obyek penelitian.

b. Observasi

Adalah melakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung pada sesuatu yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

c. Kuesioner

Adalah mengumpulkan pendapat para konsumen dengan memberi daftar pertanyaan yang disusun dengan masalah yang diteliti.

d. Daftar pustaka

Adalah mempelajari buku-buku literatur dan sumber-sumber bacaan yang berhubungan dengan masalah-masalah penelitian.

1.7. Metode pengambilan sample

Sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi (Kuncoro, 2003:103). Dalam hal ini metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah metode *purposive sampling* yaitu mengambil informasi dari sumber yang tepat, yakni dari anggota masyarakat yang kita rasa dapat memberikan informasi yang dibutuhkan (Wibisono, 2000:34). Pengambilan sampel sebanyak 100 orang responden, di mana sampelnya adalah konsumen sepeda motor Honda Supra-X 125 R di kota Yogyakarta, dengan mempertimbangkan bahwa konsumen tersebut sudah berpengalaman dalam menggunakannya.



BAB V

SIMPULAN dan SARAN

5.1 Simpulan

Dengan melihat hasil analisis dan perhitungan data jawaban 100 orang responden pengguna produk sepeda motor Honda Supra-X 125R yang telah dibahas pada bab terdahulu, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis persentase mengenai profil responden diketahui bahwa konsumen pengguna produk sepeda motor Honda Supra-X 125R didominasi oleh pria, berusia antara 20-30 tahun, tingkat pendapatan kurang dari Rp500.000,- per bulan, tingkat pendidikan terakhir SLTA, dan jenis pekerjaan mahasiswa atau pelajar.
2. Berdasarkan hasil analisis Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) dapat diketahui bahwa atribut yang paling penting dalam memberikan kepuasan kepada konsumen adalah suku cadang sebesar 19,38.
3. Analisis Kepuasan Pelanggan juga menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda Supra-X 125R berada pada tingkat puas terhadap atribut : suku cadang, produk, keawetan, harga jual, kehandalan, promosi media, harga kualitas, model dan promosi intensif. Kepuasan konsumen terhadap atribut fitur, warna, harga relatif berada pada tingkat cukup puas.

5.2 Saran

Dari hasil simpulan di atas, penulis mencoba memberikn beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajerial bagi PT. Astra Honda Motor Divisi Sepeda Motor berdasarkan analisis data jawaban responden sebagai berikut :

1. Menurut hasil analisis persentase berdasarkan tingkat usia dan pendidikan menunjukkan bahwa hampir sebagian besar konsumen produk sepeda motor Honda Supra-X 125R adalah kalangan anak muda usia antara 20-30 tahun dengan latar belakang pendidikan SLTA, Sarjana dan Diploma (D1, D2, D3). Melihat indikasi di atas, sebaiknya perusahaan harus menciptakan bentuk atau model yang lebih sporty lagi, dinamis dan futuristik dalam meluncurkan produk baru agar lebih menarik lagi dan tetap bisa mempertahankan yang sudah menjadi keunggulannya.
2. Menurut hasil analisis persentase berdasarkan jenis pekerjaan dan tingkat penghasilan menunjukkan bahwa rata-rata konsumen berstatus sebagai pelajar dan mahasiswa dengan penghasilan kurang dari Rp500.000,- per bulan. Melihat fenomena ini, perusahaan hendaknya memberikan kebijakan yang lebih longgar lagi dalam hal perkreditan, misalnya memperpanjang jangkawaktu pembayaran, uang muka yang lebih rendah sehingga sepeda motor ini tidak hanya untuk kalangan menengah ke atas, tetapi juga kalangan menengah ke bawah pu mampu membeli secara kredit.
3. Menurut hasil analisis Indeks Kepuasan Pelanggan, konsumen merasa puas setelah menggunakan produk sepeda motor onda Supra-X 125R terutama pada aspek produk suku cadang, produk dan keawetan. Hal ini merupakan nilai

plus bagi PT. Astra Honda Motor karena bisa berhasil menciptakan produk yang dapat memuaskan konsumen. Inovasi dan teknologi perlu dilakukan secara berkesinambungan agar kualitas produk dapat dipertahankan dan dapat perlu terus ditingkatkan agar produk sepeda motor Honda Supra-X 125R tetap eksis di pasaran.

4. Analisis Kepuasan Indeks Kepuasan Pelanggan menunjukkan bahwa atribut yang tingkat kepuasannya paling rendah adalah harga relatif. Oleh sebab itu perusahaan harus lebih menekan lagi harga jual nya, sehingga tercipta harga yang bisa dijangkau oleh kalangan manapun.



UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Djarwanto. 1999. Petunjuk Teknis Penyusunan Skripsi, Edisi 3. Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Gitosudarmo., Indriyo. 1999. Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Kotler. Philip. 2002. Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid I Penerbit: Gramedia, Jakarta
- Kuncoro, Madrajad. 2003. Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Penerbit: Erlangga, Yogyakarta.
- Simamora Bilson. 2002. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Penerbit: Gramedia, Jakarta.
- Sumanto. 2002. Pembahasan Statistika dan Metodologi Riset. Edisi 1 dan 2. Penerbit: ANDI, Yogyakarta.
- Supranto. J. Statistik Teori & Aplikasi. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Supramono. MB Joni Oktavian Haryanti. SE, MM. 2005. Desain Proposal Penerbitan Pemasaran. Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.
- Stanton. William. 1997. Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ketujuh. Penerbit: Erlangga Jakarta.
- Swastha, Basu. 1999. Azas-Azas Marketing. Penerbit: Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, Basu. 2000. Manajemen Pemasaran, Edisi 1. Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Swastha, Basu. 1999. Manajemen Penjualan, Edisi 1. Penerbit: BPFE, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 1995. Strategi Pemasaran. Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran Edisi 2. Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2000. Manajemen Jasa. Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. Pemasaran Jasa. Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.
- Wibisono, Dermawan. 2000. Riset Bisnis, Edisi. Penerbit: BPFE, Yogyakarta