

Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Motor  
Matic Merk Yamaha Dengan Merk Honda (Studi Kasus Pada  
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo)



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-  
syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Yesi Aisah  
NIM : 12412833  
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO  
2016

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Motor Matic Merk Yamaha Dengan Merk Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo)  
Nama : Yesi Aisah  
NIM : 12412833  
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 19 Agustus 2016

Pembimbing I

(Titi Rapini, SE., MM.)  
NIK.19630505 199001 11

Pembimbing II

(Edi Santoso, SE., MM.)  
NIK. 19740311 200103 12

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Titi Rapini, SE., MM.)  
NIK. 19630505 199001 11

Dosen Penguji

(Titi Rapini, SE., MM.)  
NIK. 19630505 199001 11

(Hadi Sumarsono, SE.M.Si.)  
NIK. 19760508 200501 11

(Sujiono, SE.MM)  
NIK. 19560616 198909 12

## RINGKASAN

Kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi pada saat ini sangatlah penting. Pilihan penggunaan sarana transportasi sangat beragam jenisnya, misalnya sarana angkutan darat dengan menggunakan bus, sarana angkutan laut dengan menggunakan kapal laut, dan sarana angkutan udara dengan menggunakan pesawat udara. Salah satu pilihan sarana angkutan darat untuk mempermudah dan mempercepat jarak tempuh adalah dengan menggunakan sepeda motor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan persepsi konsumen motor matic merek Honda dengan merek Yamaha dimensi kualitas produk, merek produk dan desain produk pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Hasil penelitian dengan menggunakan uji perbedaan rata-rata konsumen motor matic merek Honda dan rata-rata konsumen motor matic merek Yamaha dilingkungan universitas muhammadiyah Ponorogo. Variabel kualitas menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,339 < t_{tabel} (1,990)$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,736 > 0,05$  maka tidak terdapat perbedaan persepsi antara konsumen motor matic Honda dan motor matic Yamaha. Sedangkan variabel desain menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,891 < t_{tabel} (1,990)$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,376 > 0,05$  maka tidak terdapat perbedaan persepsi antara konsumen motor matic honda dan motor matic dan variabel merek menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,901 > t_{tabel} (1,990)$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka terdapat perbedaan persepsi antara konsumen motor matic honda dan motor matic yamaha dilingkungan Universitas Muhammadiyah Ponorogo Jurusan Manajemen.

**Kata kunci : Persepsi Konsumen, Kualitas, Merek dan Desain**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga dengan segala kemampuan dan kesungguhan hati, maka terselesaikanlah penyusunan skripsi untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dengan judul “Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Motor Matic Merk Yamaha Dengan Merk Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo)” dengan tiada halangan suatu apapun.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari banyak mengalami kesulitan, tetapi berkat bantuan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak, maka skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih kepada semua pihak atas bantuan yang diberikan, khususnya kepada:

1. Drs. H. Sulton, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Titi Rapini, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogoyang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dan dukungan sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Hadi Sumarsono, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

4. Edi Santoso, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dan dukungan sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama menempuh perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu serta keluarga tercinta yang selalu menjadi motivasi dan inspirasi serta mendampingi peneliti melalui doa-doanya, yang merawat dengan penuh kasih sayang serta selalu memberikan dukungan dan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat baikku yang selalu jadi inspirator serta motivator yang senantiasa menemani peneliti dalam suka maupun duka.
8. Berbagai pihak yang tidak bisa Peneliti sebutkan satu per satu yang selama ini selalu memberikan dukungan dan do'anya.

Peneliti menyadari masih ada kelemahan dan kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Semoga di balik ketidaksempurnaan hasil yang tertuang dalam skripsi ini dapat memberikan manfaat sebagai bahan dan referensi bagi pembaca dan pengguna. Untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Ponorogo, 19 Agustus 2016

Peneliti

**Yesi Aisah**  
NIM.12412833

## **PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR**

### **KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 19 Agustus 2016



**Yesi Aisah**

NIM. 12412833

# PERSEMBAHAN

Ku Persembahkan karyaku ini teruntuk mereka yang selalu jadi motivator dan inspirator.....

- ♥ Almamaterku Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- ♥ Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Suradi dan Ibu Sрни yang selalu menyemangatiku dan terus mendoakanku tanpa kenal lelah. Terimakasih atas segala rasa cinta dan kasih sayang yang Bapak dan Ibu berikan kepadaku. Aku sangat mencintai kalian berdua.
- ♥ Calon Suamiku yang selalu ada untukku dan menyemangatiku.
- ♥ Keluargaku tercinta terimakasih atas segala do'a dan dukungannya.
- ♥ Seluruh dosen fakultas ekonomi tercinta yang selalu memberi semangat dan dukungan serta ilmunya selama perkuliahan. Khusus untuk dosen pembimbing terimakasih karena telah menjadi konsultan yang terbaik.
- ♥ Sahabat-sahabat tercinta terima kasih telah menjadi teman sharing yang baik, atas nasihat kalian semua, atas inspirasi dan motivasinya. Berjuang bersama-sama untuk meraih impian.
- ♥ Seluruh teman-teman Manajemen B angkatan 2012.

# MOTTO

“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik  
untuk hari tua” (aristoteles)

“orang-orang hebat di bidang apapun bukan baru  
bekerja karena mereka terinspirasi, namun mereka  
menjadi terinspirasi karena mereka lebih suka  
bekerja. Mereka tidak menyia-nyiakkan waktu untuk  
menunggu inspirasi”  
(ernest newman)

“Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang  
beriman diantara kamu dan orang-orang yang  
memiliki ilmu pengetahuan” (al-mujadillah: 11)



## DAFTAR ISI

	halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Ringkasan.....	iii
Halaman Kata Pengantar.....	iv
Halaman Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Halaman Motto.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	14
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	17
2.1.4 Persepsi Konsumen.....	22
2.1.5 Persepsi Kualitas.....	25
2.1.6 Desain, Stimuli dan Marketing Stimuli.....	26
2.1.7 Merek dan Image.....	29
2.1.8 Asosiasi dan Pencitraan Merek.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	36
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian.....	37
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
3.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	41
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5 Identifikasi Variabel.....	42
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.7 Metode Analisis Data.....	44

BAB IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Hasil Penelitian.....	49
	4.1.1 Profil Fakultas Ekonomi.....	49
	4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Manajemen	50
	4.1.3 Identifikasi Responden.....	52
	4.1.4 Identifikasi Jawaban Responden.....	54
	4.1.5 Uji Kualitas Data.....	67
	4.1.6 Uji Hipotesis Beda Dua Rata-Rata.....	69
	4.2 Pembahasana.....	73
BAB V.	PENUTUP	
	5.1. Kesimpulan.....	80
	5.2. Keterbatasan Penelitian.....	81
	5.3. Saran.....	81
	DAFTAR PUSTAKA.....	83
	LAMPIRAN.....	85

## DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.... 18
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu..... 33
Tabel 3.1	Jumlah Mahasiswa Aktif Semester Genap..... 38
Tabel 3.2	Daftar Populasi..... 39
Tabel 3.3	Daftar Sampel..... 40
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Tingkas Usia Responden..... 52
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden..... 53
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Tingkat Semester Responden..... 53
Tabel 4.4	Jawaban Responden Pertanyaan X1.1..... 54
Tabel 4.5	Jawaban Responden Pertanyaan X1.2..... 55
Tabel 4.6	Jawaban Responden Pertanyaan X1.3..... 56
Tabel 4.7	Jawaban Responden Pertanyaan X2.1..... 56
Tabel 4.8	Jawaban Responden Pertanyaan X2.2..... 57
Tabel 4.9	Jawaban Responden Pertanyaan X2.3..... 58
Tabel 4.10	Jawaban Responden Pertanyaan X3.1..... 58
Tabel 4.11	Jawaban Responden Pertanyaan X3.2..... 59
Tabel 4.12	Jawaban Responden Pertanyaan X3.3..... 60
Tabel 4.13	Jawaban Responden Pertanyaan X1.1..... 60
Tabel 4.14	Jawaban Responden Pertanyaan X1.2..... 62
Tabel 4.15	Jawaban Responden Pertanyaan X1.3..... 62
Tabel 4.16	Jawaban Responden Pertanyaan X2.1..... 63
Tabel 4.17	Jawaban Responden Pertanyaan X2.2..... 64
Tabel 4.18	Jawaban Responden Pertanyaan X2.3..... 64
Tabel 4.19	Jawaban Responden Pertanyaan X3.1..... 65
Tabel 4.20	Jawaban Responden Pertanyaan X3.2..... 66
Tabel 4.21	Jawaban Responden Pertanyaan X3.3..... 66
Tabel 4.22	Uji Validitas..... 67
Tabel 4.23	Uji Reabilitas..... 68
Tabel 4.24	Kriteria Indeks Realiabilitas..... 69
Tabel 4.25	Uji Perbedaan Rata-rata Persepsi Konsumen tentang Kualitas Motor Matic..... 70
Tabel 4.26	Uji Perbedaan Rata-rata Persepsi Konsumen tentang Merek Motor Matic..... 71
Tabel 4.27	Uji Perbedaan Rata-rata Persepsi Konsumen tentang Desain Motor Matic..... 72

## DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	35

## DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2. Hasil SPSS Frekuensi (Merek Honda).....	88
Lampiran 3. Hasil SPSS Frekuensi (Merek Yamaha).....	94
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas & Reabilitas (Merek Honda).....	100
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas & Reabilitas (Merek Yamaha).....	107
Lampiran 6. Hasil Uji Independent.....	114
Lampiran 7. Tabel Uji t.....	117
Lampiran 8. Tabel Uji F.....	119
Lampiran 9. Tabel r.....	120
Lampiran 10. Rekap Jawaban Responden Motor Matic Merek Honda.....	121
Lampiran 11. Rekap Jawaban Responden Motor Matic Merek Yamaha.....	122