

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik, dalam upaya memenuhi syarat kelulusan mata kuliah skripsi pada program S-1 Jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika di Telkom University dengan judul **“ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP SEPEDA MOTOR SPORT DI KOTA BANDUNG TAHUN 2014”**.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan maksimal agar sesuai dengan yang diharapkan. Untuk mencapai hasil tersebut, penyusunan skripsi ini disusun dengan melihat dan mengkaji dari berbagai sumber buku, jurnal, penelitian terdahulu, internet dan observasi penulis dilapangan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dosen pembimbing skripsi penulis Ibu Indira Rachmawati, ST., MSM untuk kesediaan waktunya dalam membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, bimbingan, arahan, semangat dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
2. Penguji proposal dan sidang skripsi, Ibu Heppy Millanyani, S.sos, MM dan Ibu Eka Yuliana, ST., MSM yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat membantu penulis dalam meningkatkan kualitas penelitian ini.
3. Pembimbing magang perusahaan Ibu Rohaeti dan tim manajemen Ibu Lilis dan seluruh tim *sales* PT. Citrakarya Pranata yang telah mengizinkan, membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi penulis.
4. Kepada Komunitas-Komunitas Kawasaki Sport yaitu: Kawasaki Ninja Club (KNC Bandung), BKRC Bandung, Kawasaki Ninja Indonesia regional Bandung, dan KLX Owner Club Bandung yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data melalui kuesioner.
5. Kepada para konsumen Kawasaki Bandung yang telah bersedia memberikan waktu luangnya untuk mengisi kuesioner penulis.
6. Kepada kedua orang tua yang sangat penulis hormati dan sayangi Bapak Tuahdin Damanik, SE dan Ibu Ivo Maria Saragih, SE yang telah membesarkan, menghidupi, mendidik, dan menyekolahkan penulis. Terimakasih atas setiap keringat yang tanpa perlu dibayar, tulus dan penuh kasih.

7. Kepada kedua adik yang sangat penulis sayangi, Raja Sogovan Damanik dan Eine Zeta Damanik yang selalu menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan pendidikan penulis.
8. Bagi yang terkasih Yoka Octavia Sitanggang yang selalu setia untuk memberikan dukungan dan kasih yang memacu motivasi dan semangat penulis dalam penulisan skripsi.
9. Kepada Lembaga Kerohanian Persekutuan Mahasiswa Kristen IM Telkom dan Teman-teman seperjuangan kepengurusan PMK Ekklesia 2010 yang selalu memberikan dukungan doanya untuk penulis.
10. Teman-teman seperjuangan kelas E MBTI 2010 yang selalu memberikan semangat positif di kelas untuk fokus.
11. Buat sahabat-sahabat penulis Sudeardo Purba, Apostel Simanjuntak, Andre Tampubolon, dan Harold Linus Sipayung, Edwin Issitaga Sinaga, dan Vivid Grace Sinaga yang terus menjadi sahabat yang saling mendoakan dan mengasihi. Terimakasih buat Apostel untuk pinjaman dasi, sepatu dan blazer yang bikin keren pas sidang. Terimakasih buat Harold untuk pinjaman dasi waktu seminar proposal.
12. Bang Ichsan yang sudah berbagi ilmu dan mengajarkan metode konjoin dan teman-teman universitas lain yang sudah bantu meminjamkan akun website perpustakaan dalam mencari referensi penelitian ini.
13. Semua teman dan rekan – rekan Telkom University angkatan 2010 serta semua pihak yang baik secara langsung maupun tidak langsung telah berkontribusi dalam proses pembuatan, penyelesaian tugas, pelaksanaan dan demikian laporan magang ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari segala kekurangan yang ada dan masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki disamping faktor – faktor lainnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan bermanfaat bagi kesempurnaan laporan magang ini. Terlepas dari segala kekurangan tersebut, penulis tetap berharap semoga laporan magang ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Bandung, April 2014

Chrisgo Vande Damanik

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. PT. Kawasaki Motor Indonesia	1
1.1.2. Sepeda Motor Kawasaki	2
1.1.2. Logo Kawasaki	2
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3. Perumusan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Kegunaan Penelitian.....	9
1.6. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN.....	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Pengertian Pemasaran	11
2.1.2. Perilaku Konsumen	11
2.1.3. Model Perilaku Konsumen.....	13
2.1.4. Proses Keputusan Pembelian	14
2.1.5. Bauran Pemasaran	16
2.1.6. Atribut Produk	17
2.1.7. Preferensi Konsumen	19

2.2. Penelitian Terdahulu.....	21
2.3. Kerangka Pemikiran	33
2.4. Ruang Lingkup Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1. Jenis Penelitian.....	37
3.2. Operasional dan Skala Pengukuran Variabel Operasional.....	37
3.2.1. Operasional Variabel Penelitian	37
3.2.2. Penentuan Atribut dan Level	39
3.2.3. Skala Pengukuran	39
3.3. Data dan Teknik Pengumpulan	40
3.4. Populasi dan Sampel	40
3.4.1. Populasi	40
3.4.2. Sampel	40
3.5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	42
3.5.1. Uji Validitas	42
3.5.2. Uji Reliabilitas	42
3.6. Analisis Konjoin	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Analisis Profil Konsumen	46
4.1.1. Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	47
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan per Bulan.....	48
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Sepeda Motor <i>Sport</i> Kawasaki Yang Dimiliki	49
4.2. Preferensi Konsumen Dalam Memilih Sepeda Motor <i>Sport</i> Kawasaki	50
4.2.1. Nilai Validitas dan Reliabilitas	50
4.2.2. Hasil Analisis Nilai Validitas dan Reliabilitas	50

4.2.3.	Hasil Analisis Konjoin Preferensi	
	Konsumen Terhadap Sepeda Motor <i>Sport</i> Kawasaki	51
4.2.4.	Analisis Nilai Kepentingan Antar Variabel	59
4.2.5.	Analisis Manajerial Sepeda Motor <i>Sport</i> Kawasaki	60
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1.	Kesimpulan.....	65
5.2.	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....		67
LAMPIRAN-LAMPIRAN		70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk-Produk Sepeda Motor <i>Sport</i> Kawasaki	2
Tabel 1.2 Produksi Sepeda Motor Nasional	4
Tabel 1.3 Distribusi motor nasional berdasarkan merek 2009-2013	4
Tabel 1.4 Pangsa pasar sepeda motor kategori <i>sport</i> 2011-2013	5
Tabel 1.5 Daftar produk Kawasaki	7
Tabel 1.6 Penjualan sepeda motor Kawasaki di Bandung 2009-2013	8
Tabel 2.1 Model Hirarki Efek	20
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Skripsi/Thesis Tahun 2006-2013	24
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional Tahun 2002-2014	27
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional Tahun 2008-2013	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel	39
Tabel 4.1 Hasil Analisis Korelasi Dan Signifikansi Konjoin Preferensi Konsumen Sepeda Motor <i>Sport</i> Kawasaki	51
Tabel 4.2 Hasil Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Sepeda Motor <i>Sport</i>	52
Tabel 4.3 Rancangan Sepeda Motor <i>Sport</i> Sederhana	63
Tabel 4.4 Rancangan Sepeda Motor <i>Sport</i> Kompleks	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Kawasaki	2
Gambar 1.3 Distribusi Motor Nasional Berdasarkan Merek	5
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	14
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	15
Gambar 2.3 Model Sederhana Pengambilan Keputusan Konsumen	16
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 3.1 Tahapan Melakukan Analisis Konjoin	35
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Gambar 4.2 Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia	47
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	47
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata- rata pendapatan per bulan	48
Gambar 4.5 Tipe Kawasaki Yang Dimiliki Responden	49
Gambar 4.6 Nilai Utilitas Atribut Kapasitas Mesin	52
Gambar 4.7 Nilai Utilitas Atribut Tipe Mesin	53
Gambar 4.8 Nilai Utilitas Atribut Harga	54
Gambar 4.9 Nilai Utilitas Atribut Kredit	55
Gambar 4.10 Nilai Utilitas Tipe Desain Sepeda Motor	56
Gambar 4.11 Nilai Utilitas Kinerja Sepeda Motor	57
Gambar 4.12 Nilai Utilitas Kualitas <i>sparepart</i>	58
Gambar 4.13 Nilai Kepentingan Antar Atribut dari Tertinggi Hinga Terendah	58