



**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN DESAIN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI KENDARAAN
BERMOTOR HONDA BEAT**

diajukan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (S1)
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Oleh:

Cucuk Fajar Ari Susandi

070210391003

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2014

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa terima kasih sebesar-besarnya pada Sang Pencipta, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Yang kuhormati dan kucintai Bapak Harsono dan Ibuku Siti Aminah tercinta, terima kasih yang tak terhingga atas semua pengorbanan, cucuran keringat, kesabaran, dan doa yang tak henti-hentinya untuk keberhasilan studiku yang kuraih hingga saat ini;
2. Bapak dan ibu dosen Pend. Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya dengan penuh kesabaran
3. Almamater yang kubanggakan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;

MOTTO

“Anda tidak dapat memaksakan orang lain untuk membayar produk anda, melainkan anda hanya dapat membuat mereka tertarik untuk membelinya”

(David Ogilvy)*

“Penjualan Tanpa Pelayanan Pelanggan Bagaikan Menyimpan Uang Dalam Kantong Penuh Lubang”.

*(David Tooman**)*

*<http://coretan501.blogspot.com/2011/03/motto.html>.

**<http://www.radartimika.com/index.php?mod=motto=1584>

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cucuk Fajar Ari Susandi

Nim : 070210391003

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: **“Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kendaraan Bermotor Honda Beat”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 21 November 2013

Cucuk Fajar Ari Susandi

Nim.070210391003

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI KENDARAAN BERMOTOR HONDA BEAT

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh :

Nama : Cucuk Fajar Ari Susandi
NIM : 070210391003
Angkatan tahun : 2007
Tempat, tanggal lahir : Banyuwangi, 18 Desember 1987
Jurusan/program : P. IPS/P. Ekonomi

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Prof. Bambang Hari P, MA
NIP. 196201211987021003

Drs. Pudjo Suharso, M.Si
NIP. 195911161986011003

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “*Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kendaraan Bermotor Honda Beat*” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Pada hari : Kamis

Tanggal : 21 November 2013

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Prof. Bambang Hari P, MA
NIP 196201211987021003

Dr. Pudjo Suharso, M.Si
NIP 195911161986011001

Anggota I,

Anggota II,

Dr. Sri Kantun, M.Ed
NIP 195810071986022001

Dr. Sukidin, M.Pd
NIP 196603231993011001

Mengesahkan
Dekan,

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd
NIP 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kendaraan Bermotor Honda Beat, Cucuk Fajar Ari Susandi, 070210391003, 2013, 60 hlm, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Pada dasarnya banyak hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli kendaraan bermotor *Honda Beat* diantaranya yaitu persepsi kualitas produk dan desain pada kendaraan bermotor *Honda Beat* tersebut. Persepsi kualitas produk dan desain merupakan hal utama yang diperhatikan oleh konsumen dalam hal membuat keputusan melakukan pembelian terhadap kendaraan bermotor *Honda Beat*. Konsumen yang memiliki banyak pengetahuan kualitas produk dan desain pada kendaraan bermotor *Honda Beat* maka konsumen akan dengan cepat melakukan keputusan dalam pembelian kendaraan *Honda Beat* tersebut.

Sesuai dengan permasalahan yang ada maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui besarnya pengaruh yang signifikan persepsi kualitas produk dan desain terhadap keputusan konsumen dalam membeli kendaraan bermotor *Honda Beat*. Serta Untuk menjawab hipotesis dari penelitian ini yaitu Ada pengaruh yang signifikan persepsi kualitas produk dan desain terhadap keputusan konsumen dalam membeli kendaraan bermotor *Honda Beat*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive*, sedangkan untuk menentukan responden penelitian menggunakan metode *purposive*. Untuk menentukan jumlah responden menggunakan metode *proporsional random sampling* sebanyak 76 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode: angket, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, garis regresi linier berganda, analisis varian garis regresi, uji F, uji t, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk dan desain memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli

kendaraan bermotor *Honda Beat*. Hasil pengolahan data dibuktikan dengan menggunakan uji F menghasilkan $F_{hitung} = 138,944 > F_{tabel} = 3,122$ dengan tingkat taraf signifikan $\alpha = 0.05 > 0.000$ dan koefisien determinasi (R_{square}) sebesar 79,2 %. sedangkan sisanya yaitu 20,8% dipengaruhi variabel bebas lain yang tidak diteliti yaitu harga, selera konsumen, dan tingkat kebutuhan.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa persepsi kualitas produk dan desain memberikan kontribusi yang positif terhadap keputusan konsumen dalam membeli kendaraan bermotor *Honda Beat*. Hal ini dikarenakan persepsi kualitas produk dan desain merupakan hal utama yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli kendaraan bermotor *Honda Beat*. Konsumen akan cepat mengambil keputusan dalam melakukan pembelian terhadap kendaraan bermotor *Honda Beat* jika konsumen memiliki persepsi terhadap kualitas produk dan desain yang baik.

Kata Kunci: Persepsi Kualitas Produk, Desain, dan Keputusan Dalam Melakukan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kendaraan Bermotor Honda Beat”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Pudjo Suharso, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dr. Sukidin, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Prof, Bambang Hari P, MA, selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Pudjo Suharso, M.Si selaku Dosen Pembimbing II;
5. Seluruh mahasiswa Universitas Jember yang menjadi responden dalam penelitian yang turut membantu dalam pengumpulan data skripsi ini;
6. Sahabat-sahabat terbaikku PE '07 dan teman-teman di kosan yang selalu setia menemani perjalanan hidupku dan terima kasih atas kebersamaan yang indah selama ini, dan;
7. Semua pihak yang membantu penulisan skripsi ini.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 21 Novemver 2013

Cucuk Fajar Ari Susandi

070210391003

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Model Strategi Pemasaran	8
a. Kualitas Produk	9
b. Desain	11
2.1.2 Perilaku Konsumen	11
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	11
2.1.2.2 Model Perilaku Konsumen	12
2.1.2.3 Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk dan Desain	13
2.1.3 Keputusan Konsumen dalam Membeli	14

2.1.4 Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Kendaraan Bermotor <i>Honda Beat</i>	17
2.1.5 Pengaruh Persepsi Desain Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kendaraan Bermotor <i>Honda Beat</i>	18
2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian	19
2.3 Hipotesis Penelitian	21
BAB 3. METODE PENELITIAN	22
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Penentuan Daerah Penelitian	22
3.3 Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.3.1 Populasi Penelitian	23
3.3.2 Sampel Penelitian	25
3.4 Definisi Operasional Variabel	26
3.4.1 Variabel Persepsi Kualitas Produk (X_1)	26
3.4.2 Variabel Persepsi Desain (X_2)	26
3.4.3 Variabel Keputusan Konsumen dalam Membeli (Y)	26
3.5 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	27
3.5.1 Sumber Data	27
3.5.2 Metode Pengumpulan Data	29
3.6 Tehnik Pengumpulan Data	29
3.7 Uji Validatas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	30
3.7.1 Uji Validitas.....	30
3.7.2 Uji Reliabilitas	32
3.8 Uji Asumsi Klasik	34
3.8.1 Uji Asumsi Multikolinearitas	34
3.8.2 Uji Asumsi Heterosdastisitas	34
3.8.3 Uji Normalitas	34
3.8.4 Uji Autokorelasi	35
3.9 Analisis Inferensial	35

3.9.1 Persamaan Regresi Linier Berganda	36
3.9.2 Analisis Varian Garis Regresi	36
3.9.3 Uji F	37
3.9.4 Uji t	38
3.9.5 Kesalahan dalam Peramalan (<i>Standart Error Of The Estimate</i>)	39
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Data Pelengkap.....	41
4.1.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian	41
4.1.2 Gambaran Umum Responden	41
4.2 Data Utama	42
4.3 Uji Validitas dan Uji Realiabilitas Instrumen Penelitian	42
4.3.1 Uji Validitas	42
4.3.2 Uji Reliabilitas	43
4.4 Analisis Data	45
4.4.1 Analisis Inferensial	45
a. Hasil Analisis Garis Regresi Linier Berganda	46
b. Analisis Varian Garis Regresi	51
c. Koefisien Determinasi Berganda	51
d. Uji F	52
e. Uji t	53
f. Koefisien Determinasi Parsial	54
g. <i>Strandart Error Of Estimate</i>	55
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	55
4.5.1 Variabel Persepsi Kualitas Produk (X_1) Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli (Y)	56
4.5.2 Variabel Desain (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membeli (Y)	57
4.5.3 Variabel Persepsi Kualitas Produk (X_1) dan Desain (X_2)	

Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membeli (Y)	59
4.6 Kekuatan dan Kelemahan Penelitian	60
4.6.2 Kelemahan Penelitian	60
BAB 5. PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Tingkat Pengguna Sepeda Motor Skuteromatik Merek Honda pada FKIP, Fakultas HUKUM, Fakultas EKONOMI, FISIP, dan Fakultas MIPA di Universitas Jember pada tahun 2013	3
Tabel 3.1	: Jumlah Populasi	23
Tabel 3.2	: Sampel Penelitian	25
Tabel 3.3	: Tingkat Hubungan	33
Tabel 3.4	: Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	37
Tabel 4.1	: Jumlah Nilai Angket	42
Tabel 4.2	: Hasil Uji Validitas Kualitas Produk, Desain, dan Keputusan dalam Membeli	42
Tabel 4.3	: Tingkat Hubungan	44
Tabel 4.4	: Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.5	: Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Reliabilitas Instrumen	45
Tabel 4.6	: Hasil Analisis Garis Regresi Linier Berganda	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Model Perilaku Konsumen Menurut Kotler	13
Gambar 2.2	: Kerangka Pemikiran Penelitian	19

DAFTAR LAMPIRAN

A. Matrik Penelitian	64
B. Tuntunan Penelitian	65
C. Angket Penelitian	67
D. Wawancara	74
E. Hasil Angket	75
F. Hasil Analisis Data	79
G. Transkrip Wawancara	92
H. Tabel r	94
H. Tabel F	95
I. Tabel t	98
J. Daftar Riwayat Hidup	101
M. Dokumentasi.....	102
N. Surat Izin Penelitian	104
O. Lembar Konsultasi	105