

**ANALISIS PERBANDINGAN PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP MOTOR MATIC MEREK YAMAHA MIO DAN
MEREK HONDA VARIO DI KOTA TUBAN (Jawa Timur)**

**Imam Suroso
Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

Abstract : the objectives of this study were to find out the consumers' perceptions and attitudes toward two brands of automatic motorcycle products, namely Yamaha Mio and Honda Vario, and to identify the variables of marketing mix which significantly affect the degree of loyalty of the consumers to each of the two brands in Tuban. The population of the study was the consumers or the owners of Yamaha Mio and Honda Vario automatic motorcycles in Tuban. The samples were taken by using *purposive sampling*. The total number of the samples was 90 respondents. The instrument used to collect the data was a questionnaire which reflects the consumers' perceptions. There were 4 variables of marketing mix which were investigated in this study, namely product, price, place/distribution channel, and promotion. The study used discriminant analysis to analyze the data. The results showed that there was a significant difference between the perceptions and attitudes of the consumers toward Yamaha Mio automatic motorcycle and those toward Honda Vario. The variables of marketing mix which dominantly discriminate the perceptions and attitudes of the consumers were product and price. The discriminant model formed in this study was valid and qualified as discriminant model in this study, because they had very high accuracy, namely 72% for Yamaha Mio and 71% for Honda Vario. Therefore, the producers of Yamaha Mio and Honda Vario were recommended to use the discriminant models to design a marketing strategy in order to increase their sales.

Keywords : **Perception, Marketing Mix**

Pendahuluan

Perubahan dan perkembangan teknologi dan informasi pada saat ini menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Hal tersebut dapat dilihat dengan semakin maraknya produk-produk baru dengan inovasi yang cemerlang. Dunia bisnis yang semakin kompetitif ini ditanggapi oleh sejumlah industri maupun perusahaan yang sudah pada taraf internasional. Salah satu perusahaan tersebut adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi.

Perusahaan yang memproduksi alat-alat transportasi kian berusaha untuk lebih tanggap terhadap permintaan pasar atas alat transportasi, salah satunya sepeda motor. Pada saat ini sepeda motor merupakan alat transportasi yang lebih disukai oleh masyarakat. Mereka menilai bahwa sepeda motor merupakan alat transportasi yang paling fleksibel. Dengan alasan tersebut, produsen sepeda motor harus lebih bekerja keras untuk berinovasi dalam memproduksi sepeda motor yang sesuai dengan harapan konsumennya.

Dalam persaingannya, perusahaan kendaraan bermotor yang berusaha untuk dapat terus eksis dan terus berkembang, berusaha menciptakan inovasi-inovasi baru untuk dapat terus bersaing. Inovasi-inovasi yang berusaha diciptakan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat yang kini berusaha mencari kendaraan dengan harga terjangkau, praktis dalam penggunaannya dan mudah dikendarai, memiliki tampilan menarik, hemat bahan bakar dan memiliki akselerasi yang tinggi.