

ABSTRAK

Putri Desiana Gunawanti (0808231), “**Pengaruh Penetapan Harga dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen pengguna mobil Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia yang melakukan pembelian dengan sistem kredit di PT Astra Credit Companies di Kota Bandung)**”. Di bawah bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., M.M. dan Ridwan Purnama, S.H., M.Si.

Perkembangan Ekonomi Indonesia dewasa ini semakin mengarah pada persaingan ketat untuk semua sektor, termasuk sektor industri otomotif seperti mobil. Banyak perusahaan mobil dengan berbagai merek mewarnai persaingan ketat untuk merebut pasar industri mobil, sehingga setiap perusahaan berlomba lomba mendesain produknya sedemikian rupa menjadi yang terbaik dan dengan menawarkan harga yang bermacam macam juga dari yang terjangkau hingga paling mahal untuk menarik minat beli konsumen terhadap produknya. Mobil MPV yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Toyota memulai kerjasama mobil kembar jenis MPV Avanza dan Xenia dengan merek Daihatsu. Kedua mobil ini memiliki banyak persamaan baik dari penampilan eksterior maupun Interiornya, namun yang membedakan hanya harga. Xenia ditawarkan lebih murah dan harganya dapat dijangkau oleh masyarakat dari semua kalangan. Tingkat pembelian konsumen yang tinggi justru diraih oleh Toyota Avanza yang harganya jauh lebih mahal dibandingkan dengan Daihatsu Xenia. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan pangsa pasar kendaraan roda empat di Indonesia dan Kota Bandung. Dua dealer yang dijadikan perbandingan yaitu Dealer Toyota Merdeka Cabang Kiara condong dan Daihatsu Asco Motor cabang Kopo sayati, dari penjualannya sangat jauh jumlah mobil Avanza dengan Xenia yang terjual. Banyak Konsumen yang tetap memilih Avanza dibandingkan dengan Xenia terlebih lagi dengan system kredit mobil di PT ACC bandung.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap penetapan harga terhadap mobil Avanza/Xenia, persepsi konsumen terhadap fitur produk terhadap mobil Avanza/Xenia. Populasi penelitian ini adalah konsumen pembeli mobil Avanza dan Xenia yang telah melakukan system kredit di PT ACC Jl Naripan Kota Bandung, dengan sampel sebanyak 80 responden. Penelitian ini bersifat *deskriptif verivikatif* dan menggunakan metode *explanatory survey*, selain itu berdasarkan kurun waktu penelitiannya menggunakan metode pengembangan *cross sectional method*. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, dengan teknik analisis data dengan regresi ganda melalui bantuan SPSS 17 *for windows*.

Berdasarkan hasil pengujian statistik diperoleh temuan terdapat pengaruh yang signifikan antara penetapan harga dan fitur produk terhadap keputusan pembelian pada mobil Avanza dan Xenia yaitu sebesar 65,9%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penetapan harga dan fitur produk mobil Avanza dan Xenia berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil.

Kata Kunci : Penetapan Harga, Fitur Produk, Keputusan Pembelian

Putri Desiana Gunawanti, 2013

Pengaruh Penetapan Harga dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen pengguna mobil Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia yang melakukan pembelian dengan sistem kredit di PT Astra Credit Companies di Kota Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

Putri Desiana Gunawanti (0808231), "*The Effect of Product Features and Price Determination Against Buying Decision (Consumer Survey on users Toyota Avanza and Daihatsu Xenia who make purchases with a credit system in PT Astra Credit Companies in Bandung)*". Under the guidance of Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., M.M. and Ridwan Purnama, SH, M.Si.

Indonesia Economic Development today increasingly fierce competition leads to all sectors, including the automotive industry such as cars. Many car companies with different brands of coloring fierce competition to grab market automobile industry, so every company competing product design competition in such a way to be the best and by offering a wide range of well priced from affordable to the most expensive to attract consumers to buy their products. MPV cars that are currently in great demand by the people of Indonesia. Toyota began working together twin car type MPV Avanza and Daihatsu Xenia with the brand. Both cars have a lot in common both exterior and interior appearance, but the only difference being the price. Xenia is cheaper and the price is affordable for people from all walks of life. High levels of consumer purchases it achieved by Toyota Avanza which is much more expensive than the Daihatsu Xenia. It can be seen from a comparison of four-wheel vehicle market in Indonesia and Bandung. Two dealers who made the comparison that Kiara Branch Independent Dealers Toyota and Daihatsu skew Asco Motors branch sayati Kopo, from sales so far amount to Xenia Avanza cars sold. Many consumers still prefer Avanza Xenia especially compared with the system auto loans in PT ACC bandung.

The study was conducted to determine consumer perceptions of pricing the car Avanza / Xenia, consumer perceptions of the product's features Avanza / Xenia. The population of this research is that consumers Avanza and Xenia car buyers who have a credit system in PT ACC Jl Naripan Bandung, with a sample size of 80 respondents. This research is descriptive verivikatif and explanatory survey method, in addition to past research by using methods of developing cross sectional method. The data used are primary and secondary data, the technique of multiple regression analysis of data through SPSS 17 for windows.

Based on the test results obtained findings are statistically significant effect between the pricing and features of the product on purchase decision on the Avanza and Xenia in the amount of 65.9%. It can be concluded that the pricing and product features Avanza and Xenia effect on car purchase decisions.

Keywords: Pricing, Product Features, Purchase Decision