

No. Daftar FPIPS: 477 / H40.2.3.6 / PL / 2007

**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP
PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA X**
(Survei pada Anggota Honda Astrea Supra Team Bandung)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Ujian Sidang
Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen
Jurusan Pendidikan Ekonomi



Oleh:
AGUNG PERMADI
(022476)

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2007**

JUDUL SKRIPSI:

**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA X
(Survei terhadap anggota Honda Astrea Supra Team Bandung)**

Skripsi disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Kusnendi, M.S
NIP. 131410904

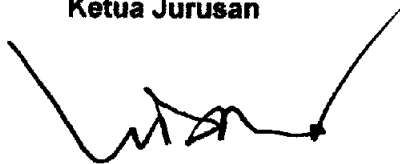
Pembimbing II



Chairul Furgon S.sos. MM
NIP. 132304400

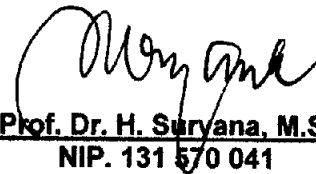
Mengetahui

Ketua Jurusan



Dr. Edi Suryadi, M.Si
NIP. 131 626 694

Ketua Program



Prof. Dr. H. Suryana, M.Si
NIP. 131 570 041

Mahasiswa



Agung Permadi
NIM. 022476



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh Desain Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Supra X** (Survei pada Anggota Honda Astrea Supra Team Bandung)" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2007
Yang Membuat Pernyataan



Agung Permadi

Skripsi ini telah diuji pada:

Hari, Tanggal : Rabu, 22 Agustus 2002
Waktu : Pukul 08.00 -12.00 WIB
Tempat : Gedung Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS UPI

Panitia ujian sidang terdiri dari :

Ketua : Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH. M.Pd
NIP. 130 679 675

Sekretaris : Dr. H. Edi Suryadi, M.Si
NIP. 131 626 694

Penguji : 1. Dr. H. Agus Rahayu, M.Si
NIP. 131664382

2. Dr. Ratih Hurriyati, M.Si
NIP. 132 044 287

3. Heny Hendrayati, S.IP., MM.
NIP. 132314129

ABSTRACT

Agung Permadi. *The Influence of Product Design towards Consumer Buying Decision Process of Honda Supra X Motorcycle (Survey on Honda Astrea Supra Team member in Bandung)*, under guidance of Dr. Kusnendi, M.S. and Chairul Furqon, S.Sos., M.M.

In the modern era just like now, the business competition has made the companies trying to winning the competition. Therefore they have to play modern marketing strategy concept which consumers oriented to take good market and to be the leader in the industry. The automotive industry were divided onto two kind of industry, four wheel automotive industry such as cars, etc and two wheel industry such as motorcycle. The motorcycle demand as large as the growth of population makes the motorcycle industry grow more and more. these situation effecting not only the world's economic growth but also Indonesia's economic growth.

There's several name of company who role the motorcycle *market share* such as Honda, Yamaha, and Suzuki. Honda which is the leader of this business from many years ago have to face with new competitors, because of that Honda's *market share* as the leader were drowned about 3% or approximately 301.011 unit in January – mei 2006. From the Pre Survei data, this fenomena caused by Honda's product design (about 9,47% from total point of the product dimension) which is not better than the competitors product design

Based on the problem statement, a research was conducted about The influence of product design towards buying decision process of Honda Supra X motorcycle. The object of this research are Honda Supra X motorcycle users which joined in to Honda Astrea Supra Team (HAST). The independent variable (X) are product design, such as shape, feature, durability, conformance quality, reability, easy to fixed, and style as the sub variables or indicator; and the dependent variable (Y) are buying decision process. The type of the research is descriptive verificative, and the method of the survey technique are systematic random sampling, with 100 respondent as a sample. The data used are from primary and secondary data, and the technique to analyze the data is multiple regression technique which using correlation coefficient, determination coefficient, F test and t test.

The result of this research indicates that the influence of product design towards buying decision process are about 83,2%, and the rest of 16,8% was influenced by another causes. The biggest and significantly influence are came from durability, the second one is feature, style, easy to fixed, and shape.

Therefore, The Company needs to increase their product design not only from those factors who has the biggest influence, but also from those who hasn't influenced such as conformance quality and reability as a Company marketing strategies in affecting buying decision process.

ABSTRAK

Agung Permadi, **Pengaruh Desain Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Supra X** (survei terhadap anggota Honda Astrea Supra Team Bandung) dibawah bimbingan Dr Kusnendi, M.Si dan Chairul Furqon, S.Sos., MM.

Dalam era yang serba moderen seperti saat ini tingkat persaingan bisnis yang tinggi membuat perusahaan berlomba-lomba dalam memenangkan persaingan industri, untuk mencapai hal itu pemasar harus menerapkan konsep pemasaran moderen yang berorientasi pasar atau pelanggan karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran, salah satu industri tersebut yaitu industri otomotif. Industri otomotif secara umum terbagi menjadi dua bagian, roda empat yang diwakili oleh mobil, dan roda dua yang diwakili sepeda motor. Kebutuhan yang semakin bertambah seiring dengan laju pertumbuhan penduduk memicu pertumbuhan sektor roda dua semakin meningkat.

Dalam peta persaingan industri sepeda motor di Indonesia, ada beberapa nama produsen yang menguasai pangsa pasar, diantaranya yaitu Honda, Yamaha, Suzuki. Produsen sepeda motor Honda yang selama bertahun-tahun menjadi pemimpin perindustrian, saat ini harus bersaing dengan beberapa pesaing baru, yang menerapkan strategi pemasaran berbeda, hasilnya *Market share* Honda sebagai pemimpin pasar mengalami penurunan sebesar tiga persen atau berkurang 301.011 unit pada Januari – Mei 2006, Penurunan *market share* Honda diduga disebabkan karena desain produk Honda yang kurang menarik jika dibandingkan dengan desain produk kompetitornya, Berdasarkan hasil pra penelitian, dimensi desain produk memiliki skor paling kecil, yaitu sebesar 94 atau hanya 9,47% dari total nilai keseluruhan

Berdasarkan permasalahan tersebut maka diadakan penelitian. Yang menjadi objek penelitian adalah pengguna sepeda motor Honda Supra X yang tergabung kedalam Honda Astrea Supra Team (HAST). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah desain produk yang meliputi bentuk, fitur, daya tahan, mutu kesesuaian, keandalan, mudah diperbaiki, dan gaya, sedangkan untuk variabel terikat (Y) adalah Proses Keputusan Pembelian Konsumen. Jenis penelitian ini menggunakan jenis deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah survei dengan teknik *Systematic Random Sampling*, dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, sedangkan teknik analisa data yang digunakan adalah teknik regresi ganda dengan menggunakan koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t, dan uji F.

Berdasarkan hasil penelitian, data hasil penelitian menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian, yaitu sebesar 83,2%, sisanya sekitar 12,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Pengaruh terbesar dari dimensi desain produk terhadap proses keputusan pembelian yaitu berasal dari daya tahan produk, kemudian fitur, gaya, mudah diperbaiki, serta bentuk. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar Pt AHM selaku produsen sepeda motor Honda Supra X hendaknya menerapkan strategi pemasaran dengan meningkatkan desain produknya terutama dari dimensi yang memiliki pengaruh kecil seperti dari dimensi mutu kesesuaian dan keandalan sehingga pada akhirnya dapat menciptakan desain produk yang menarik dan memiliki keunggulan daya saing.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim,

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini: "PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA X (SURVEI PADA ANGGOTA HONDA ASTREA SUPRA TEAM BANDUNG)".

Adapun maksud penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam mengikuti Ujian Sidang Program Studi Manajemen Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini belum dapat dikatakan sempurna dikarenakan keterbatasan pengetahuan, pengalaman maupun kemampuan yang penulis miliki. Walaupun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya bagi penulis, dan bagi para pembaca pada umumnya.

Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suwama Al Muchtar, SH., M.Pd. selaku Dekan FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. H. Edi Suryadi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi.

4. Bapak Prof. Dr. H. Suryana, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Bapak Dr. Kusnendi, M.S. selaku Dosen Pembimbing I yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis
6. Bapak Chairul Furqon S.Sos., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang dengan kesabarannya membantu, membimbing dan memberi ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh Dosen yang telah memberikan pengajaran-pengajaran berharga kepada penulis.
8. Seluruh Staf Administrasi di lingkungan Program Studi Manajemen Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS UPI.
9. Rekan-rekan anggota HAST yang telah membantu penelitian dan kesediannya memberikan data yang diperlukan oleh penulis.
10. Ayahanda Bapak Tarma Sukandi dan Ibunda tercinta Euis Maryati yang tak pernah hentinya dengan seluruh keringat, air mata tangis, dan doa'nya serta dorongan nya selalu mengiringi dan membimbing penulis dalam menjalani kehidupan.
11. Kakak-kakak dan adik tercinta Ermawati dan Wulan Listiani yang selalu memberi semangat serta masukan bagi penulis.
12. Keluarga besar di Lembang yang selalu memberi dorongan moril bagi penulis
13. Keluarga besar di Cibiru, terima kasih atas motivasi, semangat dan bantuannya
14. Dede ku, Shinta Lestari yang selalu mengisi, mengiringi hari-hari penulis menjadi lebih indah bermakna, hadimu takkan pernah sekalipun kusesali, kini ataupun nanti, terima kasih untuk semua yang telah De berikan

15. Sahabat seperjuangan, senasib sepenanggungan, Ade Kaipang, Ajath, Atse, Qudith, Alma Aksela, Irpan "Pandul", Oyoks, Emon, Gilar, Gun, Hadi "Juned" Prayitno, Ato, Imunk, Kajol, Naip, Dai, I yoe, Prie, Dewie, Mia, "sahabat sejati takkan pernah mati"
16. Sahabat-sahabat Manajemen 2002, Achie, Tini, Eva, Dian, Kumon, Methi, Dnot, Ina, Yuli, Inonk, Alex, Rhino, ipi, Nenks, Arie, yang selalu mengiringi hari-hari penulis selama menjalani perkuliahan
17. Seluruh mahasiswa Manajemen angkatan 2003, 2004, 2005, 2006 terima kasih telah dengan sabar berjalan beriringan menuju masa depan gemilang
18. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhirnya, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat berguna khususnya bagi penulis, serta bagi pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Amiin.

Bandung, Agustus 2007

Penulis



DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Hasil Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Kegunaan Hasil Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran	10
2.1.2 Produk.....	12
2.1.3 Desain produk	14
2.1.3.1 Pengertian Desain Produk	14
2.1.3.2 Pemilihan Desain Produk.....	17
2.1.4 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	18

2.1.4.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku	
Pembelian.....	20
2.1.4.2 Jenis Perilaku Pembelian.....	22
2.1.4.3 Tipe-tipe Konsumen dalam Mengambil Keputusan	23
2.1.4.4 Peran Konsumen dalam Keputusan Pembelian	24
2.1.4.5 Jenis-Jenis Keputusan Pembelian Konsumen	24
2.1.4.6 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	
Konsumen.....	26
2.1.5 Pengaruh Desain produk Terhadap Proses Keputusan	
Pembelian	29
2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
2.3 Hipotesis	34
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	35
3.1 Objek Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian.....	35
3.2.1 Metode Penelitian.....	35
3.2.2 Desain Penelitian	36
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	37
3.4 Sumber Data, Alat Pengumpul Data, dan Teknik Penarikan	
Sampel	40
3.4.1 Sumber Data Penelitian.....	40
3.4.2 Alat Pengumpulan data	41
3.4.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	42
3.4.3.1 Populasi.....	42
3.4.3.2 Sampel	43

3.4.3.3 Teknik Sampling	45
3.5 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipótesis.....	46
3.5.1 Rancangan Analisis Data	46
3.5.2 Rancangan Uji Hipotesis	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Hasil Penelitian	60
4.1.1 Tinjauan Umum Objek Penelitian	60
4.1.3 Karakteristik Responden	61
4.1.4 Pengalaman Responden	67
4.1.5 Deskripsi variable yang diteliti	73
A. Gambaran desain produk sepeda motor Honda Supra X	73
B. Gambaran proses keputusan pembelian konsumen	
sepeda motor Honda Supra X.....	107
4.1.6 Hasil pengujian.....	117
4.1.6.1 Kriteria pengambilan keputusan.....	118
4.1.6.2 Pengujian asumsi regresi.....	118
4.2 Pembahasan.....	125
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	128
5.1. Kesimpulan	128
5.2. Saran	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Pertumbuhan <i>Market Size</i> Beberapa Sektor Industri 2004 - 2007.....	1
Tabel 1. 2	Produsen Sepeda Motor Di Indonesia Dan Kapasitas Produksinya,2006.....	2
Tabel 1. 3	Produk Honda Berdasarkan Segmen	4
Tabel 1. 4	<i>Market share</i> Sepeda Motor Indonesia	5
Tabel 1. 5	<i>Market share</i> Sepeda Motor Honda Dan Yamaha Jan - Mar 2007	5
Tabel 2. 1	Jenis-Jenis Keputusan Pembelian Konsumen	25
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	38
Tabel 3. 2	Jenis Dan Sumber Data.....	41
Tabel 3. 3	Hasil Pengujian Validitas	49
Tabel 3. 4	Hasil Pengujian Reliabilitas	52
Tabel 3. 5	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi... ..	58
Tabel 4. 1	Jumlah Produksi PT AHM 1998 - 2006.....	60
Tabel 4. 2	Produk Honda Berdasarkan Segmen	61
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	64
Tabel 4. 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4. 7	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	66
Tabel 4. 8	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Sepeda Motor Honda Supra X.....	68
Tabel 4. 9	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengetahui Sepeda Motor Honda Supra X	69
Tabel 4. 10	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Sepeda Motor Honda Supra X.....	71
Tabel 4. 11	Pengalaman responden berdasarkan sepeda motor lain yang pernah dimiliki	72
Tabel 4. 12	Tanggapan Responden Terhadap Totalitas dan Penampilan Keseluruhan Sepeda Motor Honda Supra X.....	74
Tabel 4. 13	Tanggapan Responden Terhadap Desain Produk Supra X Memberi Keistimewaan Tersendiri.....	75
Tabel 4. 14	Tanggapan Responden Terhadap Bentuk Sepeda Motor Honda Supra X.....	76
Tabel 4. 15	Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Bentuk Sepeda Motor Honda Supra X.....	76
Tabel 4. 16	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Desain Dan Bentuk Sepeda Motor Honda Supra X.....	77
Tabel 4. 17	Tanggapan Responden Terhadap Fitur Pelengkap Yang Dimiliki Sepeda Motor Honda Supra X.....	81
Tabel 4. 18	Tanggapan Responden Terhadap Ketersediaan <i>Tool Kit</i> Sepeda Motor Honda Supra X Sudah Memadai	82
Tabel 4. 19	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Fitur Sepeda Motor Honda Supra X.....	83

Tabel 4. 20	Tanggapan Responden Terhadap Daya Tahan Sepeda Motor Honda Supra X.....	86
Tabel 4. 21	Tanggapan Responden Terhadap Keawetan Mesin Sepeda Motor Honda Supra X.....	87
Tabel 4. 22	Tanggapan Responden Terhadap Keawetan Bodi Sepeda Motor Honda Supra X.....	88
Tabel 4. 23	Tanggapan Responden Terhadap Keawetan Fitur Yang Dimiliki Sepeda Motor Honda Supra X.....	89
Tabel 4. 24	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Daya Tahan Sepeda Motor Honda Supra X.....	89
Tabel 4. 25	Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Mutu Produk Sepeda Motor Honda Supra X Dengan Standarisasi Suatu Produk.....	92
Tabel 4. 26	Tanggapan Responden Terhadap Sistem Keamanan Berkendara Yang Dimiliki Sepeda Motor Honda Supra X.....	93
Tabel 4. 27	Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan Berkendara Sepeda Motor Honda Supra X.....	94
Tabel 4. 28	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Mutu Produk.....	94
Tabel 4. 29	Tanggapan Responden Terhadap Totalitas Keandalan Mesin Dan Atribut Lain Sepeda Motor Honda Supra X.....	97
Tabel 4. 30	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keandalan Sepeda Motor Honda Supra X.....	98
Tabel 4. 31	Tanggapan Responden Terhadap Sepeda Motor Honda Supra X Mudah Untuk Diperbaiki.....	100
Tabel 4. 32	Tanggapan Responden Terhadap Ketersediaan Spare Parts Sepeda Motor Honda Supra X.....	101
Tabel 4. 33	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Faktor Mudah Diperbaiki.....	102
Tabel 4. 34	Tanggapan Responden Terhadap Prestise Yang Dirasakan Ketika Menggunakan Sepeda Motor Honda Supra X.....	104
Tabel 4. 35	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Gaya/Style Yang Dirasakan.....	105
Tabel 4. 36	Tanggapan Responden Mengenai Kebutuhan Akan Kendaraan.....	107
Tabel 4. 37	Tanggapan Responden Mengenai Kecenderungan Menggunakan Sepeda Motor.....	107
Tabel 4. 38	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Yang Dirasakan Dari Unsur-Unsur Desain Produk.....	108
Tabel 4. 39	Tanggapan Responden Mengenai Pencarian Informasi Sebelum Membeli Sepeda Motor.....	108
Tabel 4. 40	Tanggapan Responden Mengenai Pencarian Informasi Lebih Lanjut.....	109
Tabel 4. 41	Tanggapan Responden Mengenai Penjelasan Informasi Yang Didapat Dari Berbagai Media Informasi.....	110
Tabel 4. 42	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Informasi Yang Didapat Dengan Yang Dibutuhkan.....	110

Tabel 4. 43	Tanggapan Responden Mengenai Keunggulan Desain Produk Sepeda Motor Honda Supra X Dibandingkan Produk Lainnya.....	111
Tabel 4. 44	Tanggapan Responden Mengenai Desain Produk Sebagai Dasar Pertimbangan Pembelian.....	111
Tabel 4. 45	Tanggapan Responden Mengenai Desain Produk Sepeda Motor Honda Supra X Menjadi Salah Satu Alasan Pembelian.....	112
Tabel 4. 46	Tanggapan Responden Mengenai Desain Produk Yang Dimiliki Sepeda Motor Honda Supra X Memberikan Kemudahan.....	113
Tabel 4. 47	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Produk Yang Dibeli Dengan Apa Yang Diinginkan.....	113
Tabel 4. 48	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Desain Produk Dengan Keinginan.....	114
Tabel 4. 49	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Desain Produk Dengan Harapan.....	114
Tabel 4. 50	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Terhadap Desain Produk Sepeda Motor Honda Supra X.....	115
Tabel 4. 51	Tanggapan Responden Mengenai Keinginan Untuk Menyarankan Sepeda Motor Honda Supra X Kepada Orang Lain.....	116
Tabel 4. 52	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Proses Keputusan Pembelian.....	116
Tabel 4. 53	Tolok Ukur Multikolienaritas.....	121
Tabel 4. 54	Tolok Ukur Nonauto Korelasi.....	121
Tabel 4. 55	Output Pengaruh Desain produk meliputi bentuk, fitur, daya tahan, mutu kesesuaian, keandalan, mudah diperbaiki, dan gaya Terhadap Preses keputusan pembelian konsumen.....	122
Tabel 4. 56	Output ANOVA.....	122
Tabel 4. 57	Output Koefisien Regresi.....	123
Tabel 4. 58	Hasil Perhitungan Nilai T_{hitung}	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Volume Produksi Anggota Aisi 2005.....	2
Gambar 1. 2	Skor Dimensi Produk Honda.....	6
Gambar 2. 1	Program Bauran Pemasaran Efektif	12
Gambar 2. 2	Model Perilaku Konsumen.....	19
Gambar 2. 3	Empat Tipe Perilaku Pembelian.....	22
Gambar 2. 4	Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen	26
Gambar 2. 5	Tahapan Antara Evaluasi Alternatif Dengan	28
Gambar 2. 6	Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen	32
Gambar 2. 7	Kerangka Pemikiran Pengaruh Desain Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	33
Gambar 2. 8	Paradigma Penelitian Pengaruh Desain Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	34
Gambar 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Gambar 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Gambar 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	65
Gambar 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
Gambar 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	67
Gambar 4. 6	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Sepeda Motor Honda Supra X.....	69
Gambar 4. 7	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Sepeda Motor Honda Supra X	70
Gambar 4. 8	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Sepeda Motor Honda Supra X.....	72
Gambar 4. 9	Pengalaman Responden Berdasarkan Sepeda Motor Lain Yang Pernah Dimiliki	73
Gambar 4. 10	Tanggapan Responden Terhadap Desain Dan Bentuk.....	78
Gambar 4. 11	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Fitur Sepeda Motor Honda Supra X.....	84
Gambar 4. 12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Daya Tahan Sepeda Motor Honda Supra X.....	90
Gambar 4. 13	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Mutu Produk.....	95
Gambar 4. 14	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keandalan Sepeda Motor Honda Supra X.....	98
Gambar 4. 15	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Faktor Mudah Diperbaiki.....	102
Gambar 4. 16	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Gaya/ <i>Style</i> Atau Prestise Yang Dirasakan	105
Gambar 4. 17	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Proses Keputusan Pembelian.....	117
Gambar 4. 18	Normal Probability Plot	119
Gambar 4. 19	Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	120



DAFTAR PUSTAKA

- Brannan, William H (1995), *Product Desain and Sales Promotion*, Engelwood Cliffts, New Jersey, Prentice Hall Inc.
- Buchari Alma (2004), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, penerbit Alfabeta
- Craven, David W (1996), *Strategi Marketing*, Jakarta, penerbit Erlangga
- Gujarati, Damodar, N., (2003), *Basic Econometrics; Fourth Edition*, New York: Mc Graw Hill Companies.
- Husein Umar, (2002), *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Istijanto, (2005). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Jenu Widjaja Tandjung (2004), *Marketing Manajemen, Pendekatan pada Nilai-Nilai Pelanggan*, Jatim, penerbit Bayumedia Publishing
- Keegan, Warren J (2002), *Global Marketing Management 7th Edition*, New Jersey, Prentice Hall
- Kerlinger, Fred N. (1990). *Asas-asas Penelitian Behavioral*. Edisi Bahasa Indonesia. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Kusnendi, (2005), *Analisis Jalur Konsep dan Aplikasi dengan Program SPSS & Lisrel 8*, Jawa Barat: Jurusan Pendidikan Ekonomi UPI.
- Komaruddin Sastradipoera (2003), *Manajemen Marketing*, Bandung, penerbit Kappa-Sigma
- Kotler dan Armstrong (2001), *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2*, Jakarta, Prenhalindo
- dan Keller (2006), *Marketing Management 12th Edition*, New Jersey, Prentice Hall

- Kotler, Phillip (2005), *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa: Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benyamin Molan, Jakarta, Prenhallindo
- Fandy Tjiptono (2002), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, penerbit CV Andi
- Maholtra, Naresh K (2005), *Riset Pemasaran*, Alih Bahasa: Soleh Rusyadi Maryam, Jakarta, PT Indeks Kelompok Gramedia
- Masri Singaibun dan Sofian Effendi (1995), *Metode penelitian Survei*, Jakarta, LP3ES
- Mohammad Nasir, (2003), *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Purbayu Budi Santosa dan Ashari (2005) *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*, Yogyakarta, penerbit Andi
- Riduwan, (2003), *Dasar-Dasar Statistika*, Bandung: Alfabeta.
- dan Akdon Shiffman, (2006), *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*, Bandung: Alfabeta.
- Saifuddin Azwar, (1997), *Validitas Dan Reliabilitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- , (2006), *Penyusunan Skala Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Schiffman, Leon G, dan Lesli Lazer Kanuk, (2000), *Consumer Behaviour*, New Jersey: Prentice Hall.
- Sekaran, Uma., (2003), *Research Methods For Business; A Skill Building Approach; Fourth Edition*, United States Of America: John Wiley And Sons Inc.
- Sudjana (2001), *Metoda Statistik Edisi Keenam*, Bandung: Tarsito.
- Sugiyono (2000), *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung, penerbit Alfabeta
- (2004), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta

Suharsimi Arikunto (2002), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta, Bina Aksara

Sutisna, (2003), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Triton P.B, (2006), *SPSS 13.0 Terapan*, Yogyakarta: Andi.

Wahid Sulaiman, (2004), *Analisis Regresi Menggunakan SPSS; Contoh Kasus Dan Pemecahannya*, Yogyakarta: Andi.

Winardi (1996), *Asas Asas Marketing*, Bandung, penerbit Mandar Maju

Winarno Surakhmad, (1998), *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Tarsito.

Majalah:

SWA 01/XXII/12-25 Januari 2006

SWA 01/XXIII/4-17 Januari 2007

Bundel majalah Indocommercial edisi Januari 2007

Situs:

<http://www.AHM.com/menu.html>

<http://www.Yamaha.co.id>

<http://www.Berita.otogenik.com>

<http://www.Republika.co.id>

<http://www.sctvnews.com>

