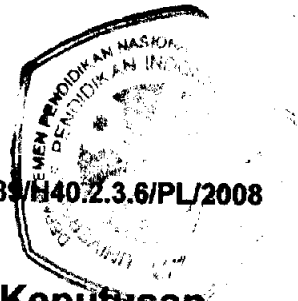


No. Daftar FPIPS : 089/H40.2.3.6/PL/2008



**Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan  
Pembelian Konsumen Sepeda Motor Suzuki**  
(Survei Pada Pengguna Sepeda Motor Suzuki di Dealer Suzuki  
PT Sanggar Mas Jaya Bandung)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Ujian Sidang  
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen



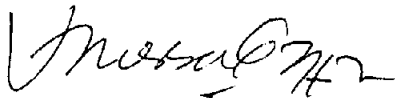
Oleh:  
**MOCHAMAD AKBAR FEBY TRI WIYANTO**  
034498

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
2008**

**Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan  
Pembelian Konsumen Sepeda Motor Suzuki**  
(Survei Pada Pengguna Sepeda Motor Suzuki di Dealer Suzuki  
PT Sanggar Mas Jaya Bandung)

**Skripsi Disetujui dan Disahkan Oleh:**

Pembimbing I



Dr. Vanessa Gaffar, SE, Ak, MBA  
NIP 132 300 406

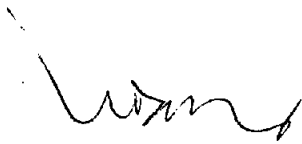
Pembimbing II



Drs. Ikaputera Waspada, MM  
NIP 131 664 389

**Mengetahui:**

Ketua Jurusan



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

Ketua Program Studi



Prof. Dr. H. Suryana, M.Si.  
NIP 131 670 041

Tanggung Jawab Yuridis ada pada Penulis,



Mochamad Akbar Feby Tri Wiyanto  
NIM 034498

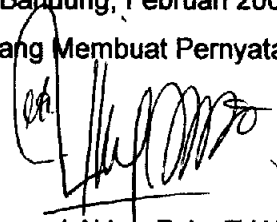
## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Suzuki (Survei Pada Pengguna Sepeda Motor Suzuki di Dealer Suzuki PT Sanggar Mas Jaya 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, Februari 2008

Yang Membuat Pernyataan



Mochamad Akbar Feby Tri Wiyanto

Skripsi ini diuji pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 27 Februari 2008

Waktu : 08.00 WIB s/d selesai

Tempat : Gedung Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS UPI

Panitia ujian sidang terdiri dari:

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

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

Penguji : 1. Dr. Agus Rahayu, M.Si  
NIP. 131 664 382

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

3. Ayu KrishnaYuliawati S.Sos. M.M  
NIP. 132 303 737

*Untuk Bapak, Mamah, dan  
Kakakku Tercinta.....*

*"Tidak ada seorang Muslim yang menghadapkan mukanya kepada Allah untuk berdoa, kecuali Allah akan mengabulkannya. Kadang-kadang pengabulannya dipercepat dan kadang diperlambat atau ditangguhkan".*

H.R. Ahmad dan Hakim



## ABSTRAK

Mochamad Akbar Feby Tri Wiyanto, **Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Suzuki** (Survei Pada Pengguna Sepeda Motor Suzuki di Dealer Suzuki PT Sanggar Mas Jaya Bandung), dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak., MBA, dan Drs. Ikaputera Waspada, MM.

Jenis alat transportasi dapat dibagi ke dalam tiga jenis yaitu transportasi darat, transportasi laut, dan transportasi udara. Ketika semakin berkembangnya seluruh aspek kegiatan manusia maka kendaraan menjadi salah satu sarana yang vital bagi kehidupan sehingga jumlahnya pun semakin bertambah setiap tahunnya, khususnya jenis transportasi darat. Diantara berbagai jenis alat transportasi darat di Indonesia, jumlah sepeda motor merupakan yang terbesar. Hal tersebut terlihat dari jumlah berbagai jenis kendaraan bermotor di Indonesia yang setiap tahunnya terus mengalami kenaikan.

Jumlah penjualan sepeda motor Suzuki terus mengalami penurunan dari tahun 2005 hingga 2007. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menciptakan suatu strategi pemasaran yang dapat meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor Suzuki. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan atribut sepeda motor Suzuki. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran atribut produk sepeda motor Suzuki, keputusan pembelian konsumen sepeda motor Suzuki, dan pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka diadakan penelitian mengenai Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Suzuki. Yang menjadi objek penelitian adalah pengguna sepeda motor Suzuki di *dealer* Suzuki PT Sanggar Mas Jaya Bandung. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah atribut produk (X), sedangkan untuk variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian. Jenis penelitian ini menggunakan jenis deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah survei dengan teknik *proportional sample*, dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, sedangkan teknik analisa data yang digunakan adalah teknik regresi linier sederhana dengan menggunakan koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t, dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, yaitu sebesar 51,9%. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan atribut produk melalui peningkatan gaya dan rancangan produk, juga meningkatkan kerja sama dengan berbagai lembaga pembiayaan ataupun bank sebagai salah satu strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian.

## ABSTRACT

**Mochamad Akbar Feby Tri Wiyanto. The Influence Of Product Attribute Towards Consumer Buying Decision Of Suzuki Motorcycle (Survey on users of Suzuki Motorcycle at PT Sanggar Mas Jaya Bandung), under the guidance of Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak., MBA. and Drs. Ikaputera Waspada, MM.**

*There are three models of transportation, which are land transportation, sea transportation, and air transportation. As far as the progress of human activities in whole aspects, vehicle becomes one of the vital mean for human life, so that the quantity getting more in every year, especially in kind of land transportation. In many kind of land transportation in Indonesia, quantities of motorcycle are the biggest. That fact has shown from the quantity of many kinds motorcycles that always increase in each year.*

*The selling quantity of Suzuki motorcycles has been decreasing from 2005 until 2007. Therefore the company is forced to create marketing strategy in order to increase their consumer buying decision. One of the strategies is increasing the product attribute of motorcycle. The purposes of this research are to know the global description of Suzuki motorcycle product attribute, the Suzuki motorcycle buying decision, and the influence of product attribute towards consumer buying decision of Suzuki motorcycle.*

*Based on that case, the writer built the research about the influence of product attribute towards consumer buying decision of Suzuki motorcycle. The object of this research is Suzuki motorcycle riders at Suzuki motorcycle dealer, PT Sanggar Mas Jaya Bandung. The independent variable (X) is the product attribute while the dependent variable (Y) is the buying decision. This research used verificative descriptive and proportional sampling technique as the survey method, with 100 respondents as the sample. This research also used primer and secondary data as the sources. Data analyzing proceed by simple linier regression technique by using the correlation coefficient, determination coefficient, t test, and F test.*

*The result of this research shows that the product attribute influence the buying decision, about 51,9%. Therefore the company are expected to increase the product attribute through style and product design improvement, and also increasing cooperation with various leasing institutions or bank as one of marketing strategy in order to growth buying decision.*



## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi dengan rahmat dan ridho-Nya penulis telah menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih dan penghargaan penulis sampaikan juga kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, sumbangan, bimbingan, serta dukungan dalam penyelesaian skripsi ini kepada :

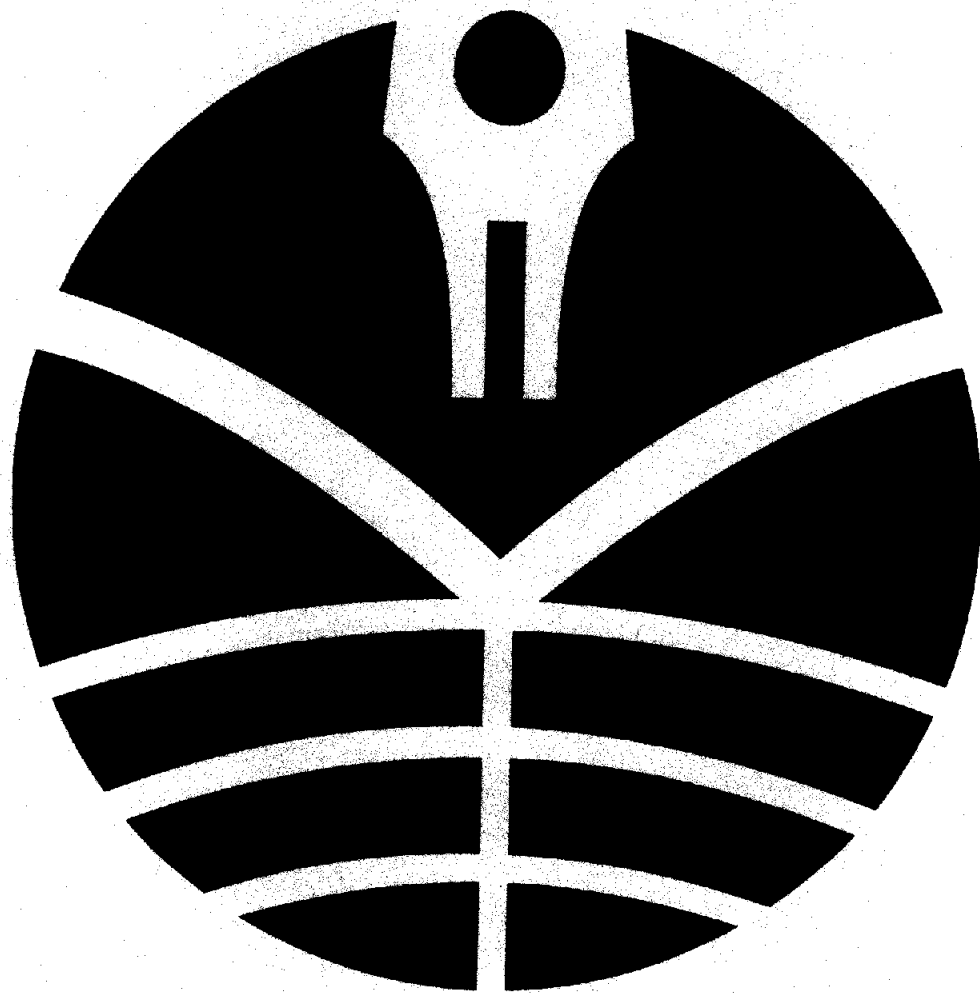
1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suwama Al Muchtar SH. M.Pd., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. H. Edi Suryadi, M.Si selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Prof. Dr. H. Suryana, M.Si selaku Ketua Program Manajemen Jurusan Pendidikan Ekonomi.
5. Ibu Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak., MBA. selaku Pembimbing I yang telah memberikan motivasi dan bimbingan yang terbaik bagi penulis.
6. Bapak Drs. Ikaputera Waspada, MM. selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia, dan dosen-dosen dari program lain yang telah memberikan materi selama perkuliahan.

8. Sahabat terbaikku Joko Dwi Nurcahyo, Agus Firmansyah, Aan Jarkasih, Soni Sugiharto, Mohammad Asril Rifai, Ofik Taofik, Nursoleh dan Dani Prasetya yang selalu memotivasi penulis selama kuliah dan menyusun skripsi.
9. Teman-temanku Ilmi, Hesti, Devi "kerudung", Zizah, Alin, Ana, Anti, Rina, Haryani, Arif, Fadlan, Yan, Yogi, Raisa, Devi, Buyung, Feri, Akung, Ressa, Lisa, Harmani, Restu, Uzi, Jodi, Windhu, Risna, Wisnu, Didiet, Dian, Eriko, dan semua teman-teman Manajemen khususnya angkatan 2003, terima kasih untuk segala hal yang pernah kita lalui bersama.
10. Ibu Lilis Perawira selaku Kepala Cabang, Bapak Hari Januar selaku staf promosi, Bapak Sunoto selaku kepala bengkel dan seluruh staf PT Sanggar Mas Jaya Bandung yang telah membantu penulis selama melaksanakan survei penelitian skripsi ini.
11. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
12. Serta kepada semua pihak yang banyak membantu penulis namun tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, jazakumullah khairan katsiran semoga dinilai sebagai ibadah oleh Allah SWT.

Akhimya sembah bakti penulis sampaikan kepada Ayahanda Djaenan Anwar dan Ibunda Warti Suwarti serta kakakku Achmad Supriatno, Tuty Suprianti Mba Dwi dan a' Dendi atas dorongan dan do'a yang senantiasa mengiringi setiap langkah kehidupan penulis. Terimalah amal bakti ananda buah dari perjuangan dan kesungguhan dalam menuntut ilmu untuk mendapatkan Ridho-Nya.

Bandung, Februari 2008

Penulis



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Saw, karena berkat rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Suzuki (Survei Pada Pengguna Sepeda Motor Suzuki di Dealer Suzuki PT Sanggar Mas Jaya Bandung)".

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian sidang Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia. Penulisan skripsi ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penyusun mengenai ilmu pemasaran terutama mengenai atribut produk dan putusan pembelian.

Penyusunan skripsi ini disadari oleh penulis masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik sebagai bahan perbaikan untuk hasil yang lebih baik. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi semua pihak pada umumnya.

Bandung, Februari 2008

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	10
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	10
1.2.2. Perumusan Masalah .....	11
1.3. Tujuan dan Kegunaan Hasil Penelitian .....	12
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	12
1.3.2. Kegunaan Hasil Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>13</b>
2.1. Kajian Pustaka .....	13
2.1.1. Konsep Pemasaran .....	13
2.1.2. Bauran Pemasaran .....	14
2.1.3. Produk .....	16
2.1.3.1. Klasifikasi Produk .....	16
2.1.4. Atribut Produk .....	18
2.1.4.1. Kualitas Produk .....	18
2.1.4.2. Fitur produk .....	19
2.1.4.3. Gaya dan Rancangan Produk .....	19

2.1.5. Pentingnya Atribut Produk .....	20
2.1.6. Perilaku Konsumen .....	21
2.1.6.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	21
2.1.6.2 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian .....	23
2.1.6.3 Keputusan Pembelian .....	25
2.1.7. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.2. Kerangka Pemikiran .....	28
2.3. Hipotesis .....	32
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1. Objek Penelitian .....	33
3.2. Metode dan Desain Penelitian .....	33
3.3. Operasionalisasi Variabel .....	35
3.4. Sumber Data, Alat Pengumpulan Data dan Teknik Penarikan Sampel .....	37
3.4.1 Sumber Data Penelitian .....	37
3.4.2 Alat Pengumpulan Data .....	38
3.4.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	39
3.4.3.1 Populasi .....	39
3.4.3.2 Sampel .....	40
3.4.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	41
3.5. Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	41
3.5.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	41
3.5.1.1 Uji Validitas .....	41
3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	44
3.5.2 Teknik Analisis Data .....	45
3.5.3 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	48
3.5.4 Uji Hipotesis .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	53
4.1.1. Sejarah dan Gambaran Umum Perusahaan .....	53
4.2. Karakteristik Responden .....	62

4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	63
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	64
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	64
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan Per Bulan .....	65
4.3. Pengalaman Responden .....	66
4.3.1. Pengalaman Responden Berdasarkan Varian Sepeda Motor Suzuki Yang Dimiliki .....	66
4.3.2. Pengalaman Responden Berdasarkan Tahun Keluaran Sepeda Motor Suzuki .....	67
4.3.3. Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Sepeda Motor Suzuki .....	67
4.3.4. Pengalaman Responden Berdasarkan Pernah Atau Tidaknya Memiliki Sepeda Motor Suzuki di Waktu Sebelumnya .....	68
4.3.5. Pengalaman Responden Berdasarkan Kepemilikan Sepeda Motor Merek Lainnya .....	69
4.4. Deskripsi Variabel Penelitian .....	69
4.4.1. Gambaran Atribut Produk Sepeda Motor Suzuki (Variabel X) ..	70
4.4.1.1 Kualitas Produk .....	70
4.4.1.2 Fitur Produk .....	79
4.4.1.3 Gaya dan Rancangan Produk .....	86
4.4.2. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk .....	92
4.4.3. Gambaran Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki (Variabel Y) .....	94
4.4.3.1 Indikator Pemilihan Merek .....	94
4.4.3.2 Indikator Pemilihan <i>Dealer</i> .....	95
4.4.3.3 Indikator Jumlah Pembelian .....	96
4.4.3.4 Indikator Waktu Pembelian .....	97
4.4.3.5 Indikator Metode Pembayaran .....	98



4.4.4. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	98
4.5. Hasil Pengujian .....	101
4.5.1 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	101
4.5.2 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	102
4.5.3 Pengujian Hipotesis .....	104
4.5.3.1 Uji F .....	104
4.5.3.2 Uji T .....	105
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian .....	105
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>108</b>
5.1. Kesimpulan .....	108
5.2. Saran .....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>112</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>114</b>

## DAFTAR TABEL

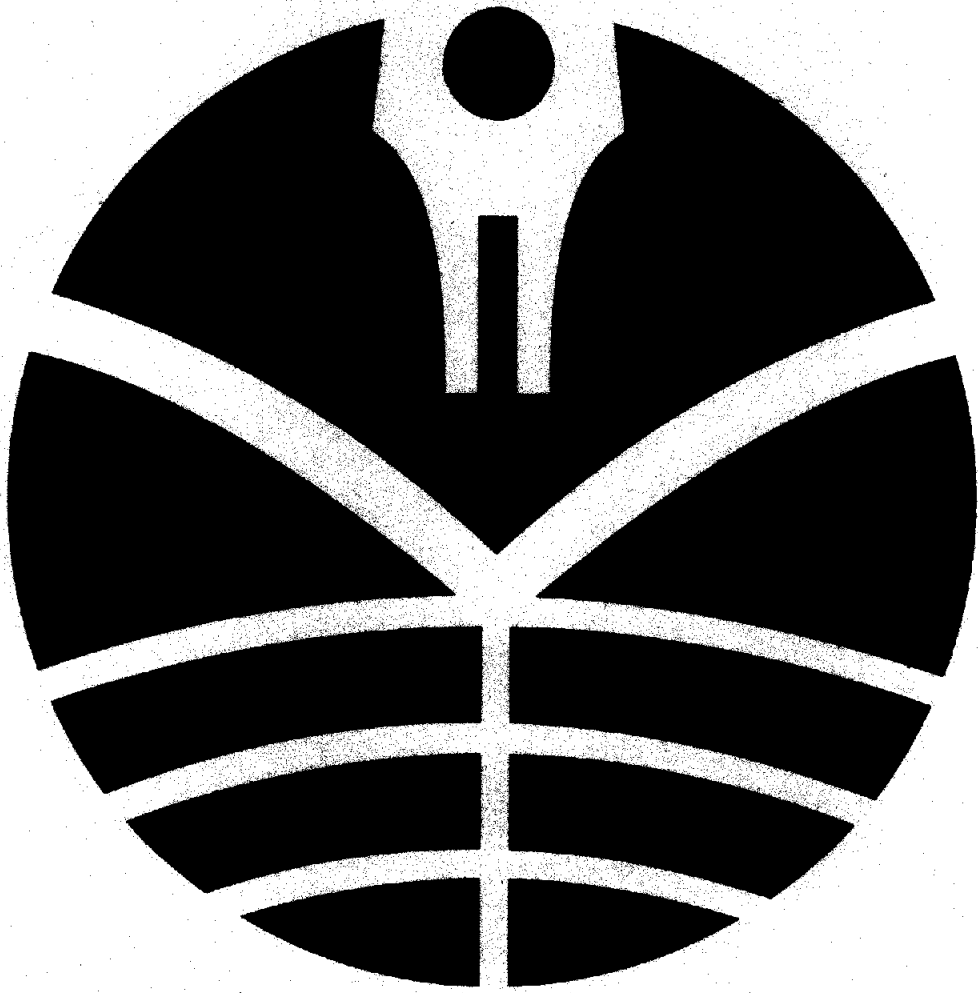
Tabel 1.1	Jumlah berbagai Jenis Kendaraan Bermotor di Indonesia (1987 – 2005) .....	2
Tabel 1.2	Perkembangan Penjualan Sepeda Motor Tahun 1998 – 2007 .....	3
Tabel 1.3	Pangsa Pasar Sepeda Motor Honda, Yamaha dan Suzuki di Indonesia Tahun 1998 – 2007 .....	5
Tabel 1.4	Penjualan Sepeda Motor Honda, Yamaha dan Suzuki di Indonesia Tahun 1998 – 2007 .....	6
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	35
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data .....	38
Tabel 3.3	Penjualan Rata-rata Per Tahun Sepeda Motor Suzuki Masing-masing <i>Varian</i> di Dealer PT Sanggar Mas Jaya Bandung .....	39
Tabel 3.4	Penyebaran Proporsi Sampel Masing-masing <i>Varian</i> Sepeda Motor Suzuki .....	41
Tabel 3.5	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian .....	43
Tabel 3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	45
Tabel 3.7	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi (Guildford) .....	50
Tabel 4.1	Struktur Dewan Direksi Suzuki Motor Corporation .....	54
Tabel 4.2	Lokasi PT Indomobil Suzuki Internasional .....	55
Tabel 4.3	Struktur Dewan Direksi dan Komisaris PT Indomobil Sukses Internasional TBK (Perseroan) .....	56
Tabel 4.4	Sepeda Motor Suzuki Yang Diproduksi di Indonesia .....	58
Tabel 4.5	Lokasi <i>Dealer</i> PT Sanggar Mas Jaya di Bandung dan Sekitarnya .....	62
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	63
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ....	64
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	65
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan per Bulan .....	65
Tabel 4.11	Pengalaman Responden Berdasarkan <i>Varian</i> Sepeda Motor .....	

	Suzuki Yang Dimiliki .....	66
Tabel 4.12	Pengalaman Responden Berdasarkan Tahun Keluaran Sepeda Motor Suzuki .....	67
Tabel 4.13	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Sepeda Motor Suzuki .....	68
Tabel 4.14	Pengalaman Responden Berdasarkan Pernah Atau Tidaknya Memiliki Sepeda Motor Suzuki di Waktu Sebelumnya .....	68
Tabel 4.15	Pengalaman Responden Berdasarkan Kepemilikan Sepeda Motor Merek Lainnya .....	69
Tabel 4.16	Tingkat Daya Tahan Sepeda Motor Suzuki .....	70
Tabel 4.17	Tingkat Keandalan Mesin Sepeda Motor Suzuki .....	71
Tabel 4.18	Tingkat Kemudahan Pengoperasian Sepeda Motor Suzuki .....	72
Tabel 4.19	Tingkat Kemudahan Pengoperasian Panel Instrumen Sepeda Motor .....	73
Tabel 4.20	Tingkat Kemudahan Sepeda Motor Untuk Diperbaiki .....	73
Tabel 4.21	Tingkat Kemudahan Untuk Memperoleh Suku Cadang Sepeda Motor .....	74
Tabel 4.22	Tingkat Konsumsi Bahan Bakar Sepeda Motor Suzuki .....	75
Tabel 4.23	Tingkat Risiko Mengalami Gangguan Ketika Mengendarai Sepeda Motor Suzuki .....	76
Tabel 4.24	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kualitas Produk Sepeda Motor Suzuki .....	77
Tabel 4.25	Tingkat Sistem Penerangan Motor .....	79
Tabel 4.26	Tingkat Sistem Pengereman Motor .....	80
Tabel 4.27	Tingkat Sistem Keamanan atau Penguncian Motor .....	81
Tabel 4.28	Tingkat Sistem Pembuangan .....	82
Tabel 4.29	Tingkat Tampilan Indikator .....	83
Tabel 4.30	Tingkat Suara Mesin dan Knalpot .....	84
Tabel 4.31	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Fitur Produk Sepeda Motor Suzuki .....	85
Tabel 4.32	Tingkat Keunikan Desain Motor .....	86
Tabel 4.33	Tingkat Keindahan Penampilan Luar Motor .....	87
Tabel 4.34	Tingkat Kombinasi dan Pilihan Warna .....	88

Tabel 4.35	Tingkat Kenyamanan Motor Saat Dikendarai .....	89
Tabel 4.36	Tingkat Kestabilan Motor Saat Dikendarai Pada Kecepatan Tinggi .....	90
Tabel 4.37	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator Gaya dan Rancangan Produk Sepeda Motor Suzuki .....	91
Tabel 4.38	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk Sepeda Motor Suzuki .....	92
Tabel 4.39	Tingkat Pemilihan Merek .....	94
Tabel 4.40	Tingkat Pemilihan <i>Dealer</i> .....	95
Tabel 4.41	Tingkat Jumlah Pembelian .....	96
Tabel 4.42	Tingkat Penentuan Waktu Pembelian .....	97
Tabel 4.43	Tingkat Kemudahan Metode Pembayaran .....	98
Tabel 4.44	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki .....	98
Tabel 4.45	Output Koefisien Regresi .....	102
Tabel 4.46	Output Korelasi .....	103
Tabel 4.47	Output Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	104
Tabel 4.48	Output ANOVA .....	104
Tabel 4.49	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan .....	104

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Empat Komponen <i>P</i> Dalam Bauran Pemasaran .....	15
Gambar 2.2	Pentingnya Atribut Produk .....	20
Gambar 2.3	Proses Pembelian Model Lima Tahap .....	23
Gambar 2.4	Tahap-tahap Antara Alternatif dan Keputusan Pembelian .....	25
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran .....	31
Gambar 2.6	Paradigma Penelitian Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki .....	32
Gambar 4.1	Logo Suzuki .....	53
Gambar 4.2	Jaringan Korporat Suzuki Motor Corporation .....	54
Gambar 4.3	Produk Sepeda Motor Suzuki di Indonesia .....	59



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Armstrong, Gary & Philip Kotler. (2007). *Marketing An Introduction (Eight Edition)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Fandy, Tjiptono. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Husein, Umar. (2002). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 1 (Edisi Bahasa Indonesia)*. Jakarta: PT INDEKS
- \_\_\_\_\_. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 2 (Edisi Bahasa Indonesia)*. Jakarta: PT Prenhallindo
- \_\_\_\_\_ & Gary Armstrong. (2004). *Principles of Marketing Tenth Edition*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- \_\_\_\_\_ & A. B. Susanto. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian: Buku Satu)*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- \_\_\_\_\_ & Kevin Lane Keller. (2006). *Marketing Management 12<sup>th</sup> edition (Pearson International Edition)*. New Jersey: Prentice Hall
- Malhotra, Naresh K., (2005), *Riset Pemasaran*, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Mohammad, Nazir. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia
- Mowen, John C. & Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen: Jilid 1 Edisi Kelima*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Peter, J. Paul & James H. Donnelly, Jr. (2007). *Marketing Management Knowledge and Skills; International Edition*. New York: McGraw Hill Companies, Inc
- Riduwan, (2003), *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.

\_\_\_\_\_ & Engkos A. Kuncoro. (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analisis)*. Bandung: Alfabeta

Saifuddin Azwar. (1997). *Validitas dan Reliabilitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

\_\_\_\_\_. (2003). *Skala Psikologi*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.

Sugiyono. (2004). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

\_\_\_\_\_. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Suharsimi, Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta

Trout, Jake & Steve Rivkin. (2000). *Differentiate or Die (Alvira, Penerjemah)*. Jakarta: Erlangga

Ujang, Sumarwan. (2004). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia

**Majalah :**

CIC Indocommercial. No. 368 – 16 April 2006

Marketing Edisi 12/VII/Des/2007 hal.53

**Internet :**

<http://tempointeraktif.com/hq/ekbis/2007/01/29/brk.20070129-92156.id.html>

<http://wikipedia.org/wiki/Transportasi>

<http://www.bps.go.id/sector/transport/land/yearly/table3.shtml>

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

<http://www.globalsuzuki.com>

<http://www.indomobil.com>

[http://republika.co.id/koran\\_detail.asp?id=30596&kat\\_id=105&kat\\_id1=148&kat\\_id2](http://republika.co.id/koran_detail.asp?id=30596&kat_id=105&kat_id1=148&kat_id2)

d2

<http://www.rmexpose.com/detail.php?id=3435>

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

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



