



ANALISIS KOMPARATIF KEUNGGULAN YAMAHA R25 DAN KAWASAKI NINJA 250FI DI WILAYAH JAKARTA UTARA DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN BENGKEL, DAN PERSEPSI HARGA

PERIODE 2017

TEUKU ALI ISKANDAR

Kwik Kian Gie School of Business

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

Prof. Hanes Riady

Kwik Kian Gie School of Business

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

ABSTRAK

Teuku Ali Iskandar / 21120452 / 2017 / Analisis keunggulan komparatif dari produk Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja 250FI yang ditinjau dari kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga. / Dr. Hanes Riady.

Kebutuhan akan sepeda motor sebagai alat transportasi sangatlah tinggi. Sepeda motor juga tepat untuk segala kondisi jalan yang ada di Jakarta menjadikan sepeda motor sebagai sarana transportasi penting bagi konsumennya.

Di masa seperti saat ini motor tidak hanya digunakan sebagai alat transportasi tetapi juga sebagai cerminan kelas sosial masyarakat. Salah satunya adalah model sport yang dirancang sebagai kendaraan yang handal dan memiliki kenyamanan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peta keunggulan komparatif dari produk Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja 250FI yang ditinjau dari kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga.

Faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keunggulan komparatif dari produk Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja 250FI yang ditinjau dari kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga.

Objek penelitian ini adalah motor Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja 250FI. Variabel independen meliputi kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga. Jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti adalah sebanyak 100 responden yang pernah menggunakan / mengendarai atau memiliki Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja 250FI.

Metode penelitian adalah analisis komparatif dari kedua produk yaitu Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja 250FI dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel *non – probability sampling* dengan metode *judgment sampling* dimana

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sampel diambil dengan sengaja berdasarkan karakteristik tertentu. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji t melalui program *IBM SPSS Statistic 22.0*

Hasil penelitian menunjukkan bagaimana peta keunggulan komparatif dari kedua produk yaitu Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja 250FI, Kawasaki Ninja 250FI unggul pada kualitas layanan dan persepsi harga dibandingkan kompetitornya Yamaha R25. Penelitian ini dikonfirmasi pada data penjualan Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) pada bulan Januari – September 2016, sesuai dengan data penjualan Kawasaki Ninja 250FI lebih tinggi dibandingkan dengan Yamaha R25.

ABSTRACT

Teuku Ali Iskandar / 21120452 / Competitiveness of Yamaha R25 and Kawasaki Ninja 250FI based on product quality factor, service quality, and price perception / Dr. Hanes Riady

Demand for a motorcycle as a transportation is high. Motorcycle is suitable for any road circumstances in Jakarta, that the reason why motorcycle chosen as the consuming private transportation

Nowadays, motorcycle not only use as transportation but also as social class. One of it is sport bike which is design comfortable and have a good handling for a rider.

The idea of this research is to know about how competitiveness of Yamaha R25 and Kawasaki Ninja 250FI based on product quality factor, service quality, and price perception.

Several factors that used in this research are product quality, service quality, and price perception. The idea of this research is to understand comparative advantage from Yamaha R25 and Kawasaki Ninja 250FI look from product quality, service quality, and price perception.

Object of this research are Yamaha R25 and Kawasaki Ninja 250FI. Independent variable including product quality, service quality, and price perception. Sample that writer take as 100 respondents that was used / ride it / and have the motorcycle of Yamaha R25 and Kawasaki Ninja 250FI.

For took a sample writer used a non probability sampling technique with judgment sampling. And for analyze the data writer used an Uji t technique with IBM SPSS 22.0 program.

The result of this research show how the competitiveness of Yamaha R25 and Kawasaki Ninja 250FI based on product quality factor, service quality, and price perception. Kawasaki is better than Yamaha R25 based on service quality, and price perception. This research confirmed by the sales data of Association Industry of Motorcycle from January – September 2016 Match with sales data Kawasaki Ninja 250FI higher than Yamaha R25.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENDAHULUAN

Masyarakat memerlukan alat transportasi berupa sepeda motor. karena dengan memiliki dan menggunakan sepeda motor dapat mendukung kebutuhan aktifitas masyarakat. Sepeda motor lebih mudah dan praktis dibanding dengan alat transportasi lainnya untuk mendukung segala aktifitas masyarakat.

Oleh karena itu kebutuhan akan sepeda motor sebagai alat transportasi sangatlah tinggi. Sepeda motor juga tepat untuk segala kondisi jalan yang ada di jakarta menjadikan sepeda motor sebagai sarana transportasi penting bagi konsumennya.

Di masa seperti saat ini sepeda motor tidak hanya digunakan sebagai alat transportasi tetapi juga sebagai cerminan kelas sosial masyarakat. Salah satunya adalah model sport yang dirancang sebagai kendaraan yang handal dan memiliki kenyamanan.

Kualitas didambakan serta dituntut konsumen. Pihak yang bertanggung jawab menciptakan kualitas adalah produsen bersama jaringan operasional mereka. Antara pola pemasaran produk dan pelayanan dengan kualitas prima haruslah terjalin kerja sama serta komunikasi terbuka.

Baru - baru ini, perusahaan menjadi semakin sadar akan kebutuhan pasar tentang definisi dari kualitas. Untuk memahami kebutuhan pasar tentang kualitas, produsen harus mempelajari bagaimana konsumen mengharapkan dan mengevaluasi kualitas. Ketidakjelasan dan definisi yang abstrak tentang kualitas seperti “*goodness or shininess or weight*” dan pengukuran kualitas yang undimensional tidak sesuai dengan pandangan konsumen tentang definisi kualitas.

Kualitas produk sebagai sebuah variabel menghubungkan tindakan para produsen terhadap respon konsumen yang telah diaplikasikan untuk berbagai keputusan pemasaran meliputi *product – price mix, competitive positioning*.

Telah banyak diketahui bahwa produsen menggunakan variabel harga sebagai tanda dari kualitas dan beberapa pelanggan percaya bahwa harga yang tinggi merupakan indikator kualitas yang baik.

Persaingan jelas terjadi diantara produsen – produsen yang bergerak dalam bidang otomotif seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat. Hal ini dibuktikan dengan berbagai macam jenis, klasifikasi harga. Inovasi yang dilakukan produsen mulai dari peningkatan tenaga mesin, teknologi mesin yang digunakan terus dilakukan untuk menampilkan keunggulan dari masing - masing produsen.

Pilihan yang sangat bervariasi membuat setiap produk memiliki penawaran dan keunggulan yang berbeda – beda agar konsumen dapat melihat kelebihan dan kekurangan dari setiap produk yang ditawarkan, dan memilih yang terbaik untuk kebutuhan mereka.

Dengan demikian maka calon pembeli dituntut lebih kritis dalam mengambil keputusan untuk membeli produk. Banyak faktor yang menjadi bahan pertimbangan seperti penampilan fisik, kenyamanan, keamanan, kemudahan suku cadang, dan sebagainya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Copyright © 2020 by Kwik Kian Gie School of Business

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



METODOLOGI PENELITIAN

- C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
- Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas layanan bengkel produsen, dan persepsi akan harga yang dimiliki masing – masing produk yaitu Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja 250FI. Sedangkan subjek penelitiannya adalah responden yang menjadi pengendara motor tersebut dengan menganalisis aspek kualitas produk, kualitas layanan motor masing – masing.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pembahasan :

1. Pada analisis variabel kualitas produk, Yamaha R25 mendapat skor 367 dan Kawasaki Ninj 250FI mendapat skor 371 yang sama – sama pada rentang tinggi.
2. Pada analisis variabel kualitas layanan, Yamaha R25 mendapat skor 357 dan Kawasaki Ninj 250FI mendapat skor 376 yang sama – sama pada rentang baik.
3. Pada analisis variabel persepsi harga, Yamaha R25 mendapat skor 383 dan Kawasaki Ninj 250FI mendapat skor 396 yang sama – sama pada rentang mahal.
4. Dari hasil uji t, menunjukkan indikator penampilan petugas terdapat perbedaan dengan nilai sig $0.002 < 0.05$, dan Kawasaki Ninja 250FI unggul 0.350 dari Yamaha R25
5. Dari hasil uji t, menunjukkan indikator kehandalan petugas terdapat perbedaan dengan nilai sig $0.046 < 0.05$, dan Kawasaki Ninja 250FI unggul 0.210 dari Yamaha R25
6. Dari hasil uji t, menunjukkan indikator kesopanan petugas terdapat perbedaan dengan nilai sig $0.018 < 0.05$, dan Kawasaki Ninja 250FI unggul 0.190 dari Yamaha R25
7. Dari hasil uji t, menunjukkan indikator pemahaman petugas terdapat perbedaan dengan nilai sig $0.015 < 0.05$, dan Kawasaki Ninja 250FI unggul 0.200 dari Yamaha R25
8. Dari hasil uji t, menunjukkan indikator citra sesuai dengan harga terdapat perbedaan dengan nilai sig $0.018 < 0.05$, dan Kawasaki Ninja 250FI unggul 0.270 dari Yamaha R25

Hasil penelitian menunjukkan Kawasaki Ninja 250FI unggul pada Kualitas layanan dan Persepsi harga dibandingkan kompetitornya Yamaha R25. Hasil penelitian ini dikonfirmasi pada data penjualan sesuai pada tabel 4.9 & 4.10, sesuai dengan data penjualan pada bulan Januari – September 2016, Kawasaki Ninja 250FI lebih tinggi dibandingkan dengan penjualan Yamaha R25.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan :

1. Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja 250FI memiliki kualitas produk yang sama sama bagus dengan rentang responden pada posisi tinggi. Kedua produk sangat ketat dalam hal kualitas produk, sehingga tidak ada perbedaan signifikan dalam hal kualitas produk.
2. Ada perbedaan signifikan dalam hal kualitas layanan antara Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja 250FI. Dan Kawasaki Ninja 250FI memiliki beberapa keunggulan pada kualitas layanan, seperti pada penampilan petugas, kehandalan petugas, sikap petugas, dan pemahaman petugas akan konsumen.
3. Ada perbedaan signifikan dalam hal persepsi harga Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja 250FI. Kawasaki Ninja 250FI unggul dalam persepsi harga pada citra sesuai dengan harga.
4. Dari data penjualan motor pada bulan januari – September 2016 dapat dilihat Kawasaki Ninja 250FI mengungguli Yamaha R25
5. Variabel kualitas layanan produk Kawasaki unggul dari Yamaha
6. Variabel persepsi harga Kawasaki unggul dari Yamaha

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab IV yang telah dilakukan penulis, maka beberapa saran yang dapat penulis kemukakan sebagai berikut :

1. Yamaha hendaknya melakukan inovasi pada produknya dengan melakukan facelift dan juga menggandeng apparel seperti akrapovic, brembo dan perusahaan manufaktur lainnya untuk mendukung kualitas produk Yamaha R25.
2. Yamaha hendaknya meningkatkan kualitas layanan untuk produk R25, dengan melatih para petugas, agar semakin baik kualitas layanannya kepada konsumen.
3. Yamaha hendaknya meningkatkan nilai produk, agar sesuai dengan persepsi konsumen, dengan menaikkan harga produk.
4. Kawasaki hendaknya tetap mempertahankan kualitas produk dan kualitas layanannya, dengan melakukan *controlling* para petugas, *controlling* standar layanan, *me-monitoring* perkembangan produk pesaing, dan memberikan kuesioner kepada konsumen agar mendapatkan *feedback*.



Daftar Pustaka

A. Sumber buku

Budi Setiawan (2016), *Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial & Bisnis dengan SPSS*, Andi Publisher

Vincent Gaspersz (2001), *Total Quality Management*, PT.Gramedia Pustaka Utama

Kotler, Philip (2012), *Manajemen Pemasaran*, Erlangga

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2012), *Principal of marketing*, edisi 14, *Global Edition*

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, edisi 13, jilid 1, New Jersey: Pearson Prantice Hall, Inc

----- (2012), *Marketing Management*, edisi 13, *Global Edition*

Yuzza Bayhaqi (2006), Tesis : *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, dan Keunggulan Produk*

Imam Bakhroni (2014), Tesis : *Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan*

B. Kutipan

Perbedaan – perbedaan antara alternatif pada atribut yang penting memberikan keunggulan yang jelas (Li dan Calantone, 1998 dan Cooper 1992) dalam Yuzza Bayhaqi (2006) dan Imam Bakhroni (2014)

Keunggulan kompetitif adalah superioritas (Hernard dan Szimanssaki 2001) dalam Arifin Djakasaputra (2004)

Keunggulan ditentukan oleh keunikan (Cooper dan Kleinschmidt 1990) dalam Arifin Djakasaputra (2004)

Kesesuaian apa yang dibutuhkan konsumen (Schroeder 2000) dalam Arifin Djakasaputra (2004)

Hal yang sesuai dengan yang dipersyaratkan (Crosby 2010 ; Juran 1974 ; Parasuraman 1988 ; David garvin 1987) dalam Andri Kristanto (2005)

Menilai kualitas berdasarkan petunjuk informatif (Schiffman; Kanuk 2004) dalam Andri Kristanto (2005)

Dimensi Kualitas (Brucks, Zeithaml dan Naylor 2000) dalam Andri Kristanto (2005)

Kualitas mencerminkan penawaran produk yang bermanfaat (Tjiptono 2008) dalam Andri Kristanto (2005)

Harga sebagai perbandingan sejumlah uang yang diterima penjual dan produk yang diterima pembeli (Monroe 2003) dalam Alwina Aurelia (2012)

Pembeli dan penjual melakukan tawar menawar (Umar 1999, dalam Dian Retnaningsih 2008) dalam Alwina Aurelia (2012)

Persepsi adalah proses sensasi diatur, dipilih, dan diinterpretasikan (Solomon 2004) dalam Alwina Aurelia (2012)

Persepsi Harga berkaitan dengan informasi harga (Peter dan Olson 2000) dalam Alwina Aurelia (2012)

Price apperception and customer shopping behavior (Donald R. Lichtenstein, Nancy M. Ridgway G. Netemey 1993)

C. Website

Aisi.or.id , Data Penjualan Sepeda Motor , diakses tanggal 26 Desember 2016

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kawasaki-motor.co.id , Spesifikasi Kawasaki Ninja 250FI , diakses tanggal 26 Desember 2016

Yamaha-motor.co.id , Spesifikasi Yamaha R25 , diakses tanggal 26 Desember 2016

Lib.ui.ac.id , Skripsi , diakses tanggal 20 Agustus 2016

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.