

# **ANALISIS ATRIBUT-ATRIBUT PRODUK HONDA BRIO**

## **SATYA DAN PENGARUHNYA DENGAN**

### **KEPUASAN KONSUMEN**

**Oleh:**

**Nama : Andrea Agustio Sulaiman**

**NIM : 20100242**

**Skripsi**

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**Juni 2014**

- 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,
    - 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.

## PENGESAHAN

# ANALISIS ATRIBUT-ATRIBUT PRODUK HONDA BRIO SATYA DAN PENGARUHNYA DENGAN KEPUASAN KONSUMEN

**Diajukan Oleh:**

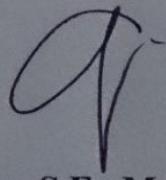
**Nama : Andrea Agustio Sulaiman**

**NIM: 20100242**

**Jakarta, 14 Juli 2014**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing,**



**(Agus Salim, S.E., M.B.A., M.M.)**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2014**



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.



## ABSTRAK

©

-Andrea Agustio Sulaiman / 20100242 / Analisis Atribut-Atribut Produk Honda Brio Satya dan Pengaruhnya dengan Kepuasan Konsumen / Pembimbing: Agus Salim, S.E., M.B.A., M.M.

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini, kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi semakin meningkat, terlebih pada masyarakat perkotaan dimana memiliki tingkat mobilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan daerah lainnya. Transportasi sendiri merupakan bagian yang sangat penting di setiap Negara manapun, baik transportasi umum maupun pribadi. Akhir-akhir ini pemerintah Indonesia meluncurkan produk mobil LCGC (*Low Cost Green Car*) yang terdiri dari berbagai macam merek. Dari berbagai macam merek tersebut, peneliti hanya akan meneliti mobil LCGC merek Honda yaitu Honda Brio Satya dan peneliti meyakini adanya pengaruh Atribut Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah definisi dari pemasaran, produk beserta tingkatannya, atribut produk beserta dimensi-dimensinya yang terdiri dari kualitas produk, fitur produk, dan desain produk, serta teori mengenai kepuasan konsumen.

Obyek penelitian ini adalah atribut produk dan kepuasan konsumen produk Honda Brio Satya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data. Untuk penarikan sampel, cara yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Oleh karena itu, kuisioner disebar melalui komunitas forum Honda Brio Satya dengan 100 responden. Prosedur yang digunakan dalam pengembangan dan pengujian serta pengolahan data adalah model regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS 19.

Penelitian menunjukkan bahwa responden setuju bahwa variabel atribut produk merupakan hal yang dipertimbangkan dalam kepuasan konsumen. Selain itu responden sangat setuju bahwa mereka puas menggunakan produk Honda Brio Satya. Maka dari itu, variabel atribut produk Honda Brio Satya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel atribut produk produk Honda Brio Satya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jadi, dapat disimpulkan jika Atribut Produk baik maka kepuasan konsumen semakin tinggi pula.

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

© Manfaat IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## ABSTRACT

Andrea Agustio Sulaiman / 20100242 / Analysis The Effect of Honda Brio Satya's Product Attribute on Customer Satisfaction / Advisor: Agus Salim, S.E., M.B.A., M.M.

On this globalization era, the number of needs in transportation is increasing, especially in urban society whereupon the number of its mobility is higher than others. Transportation is important part in every single country whether public transportation or not. Recently, Indonesia's government launched LCGC (Low Cost Green Car) product in many brands. Therefore, Author is only interested in doing research on Honda Brio Satya's Product Attribute on Customer Satisfaction.

The supporting theories which were used in this research are the definition of marketing, product including the elements, product attribute with their dimensions consist of product quality, product feature, and product design, and also customer satisfaction.

The object of this study was product attribute and customer satisfaction of Honda Brio Satya. This study used descriptive method using questionnaires for collecting data. For sampling, non-probability sampling with judgment sampling technique were used. Therefore, the questionnaires were distributed through Honda Brio Satya's Community with 100 respondents. The procedure which was used in the development and testing of model and also data processing was Simple Linear Regression by using SPSS 19.

The result of research represented respondents were agree that product attribute variable is the point to consider on customer satisfaction. Besides, respondents were very agree that they are very satisfied on Honda Brio Satya. Therefore, product attribute variable has significant effect to the customer satisfaction.

In conclusion, product attribute variable affects customer satisfaction. therefore, if the product attribute is better, the number of customer satisfaction is also higher.

## KATA PENGANTAR



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

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas selesainya skripsi ini. Skripsi ini disusul dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Ekonomi jurusan Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi peneliti baik berupa petunjuk, penjelasan, pengarahan, bimbingan maupun secara moril maupun materiil, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan membantu selama proses penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Agus Salim, S.E., M.B.A., M.M. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, serta saran di tengah kesibukan beliau untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staff pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar peneliti selama masa perkuliahan.
3. Ayah, Ibu, dan Kakak yang senantiasa mendukung, membimbing, mendoakan, mengasihi dan memberikan perhatian dan dukungan dengan tulus dan luar biasa, yang tidak akan pernah bisa terlupakan.
4. Sahabat-sahabat peneliti, Dessy, Sandy, Viriya, Ricky, dan Visakha yang senantiasa mendukung, membantu, dan mendoakan terselesaiannya skripsi ini.
5. Para petugas perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu peneliti untuk memperoleh buku-buku serta sumber-sumber yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan mempunyai keterbatasan. Namun peneliti telah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Tuhan Yesus memberkati.

Jakarta, Juni 2014

Peneliti

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

**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.

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah .....	4
D. Batasan Penelitian.....	5
E. Rumusan Masalah.....	5
F. Tujuan penelitian .....	5
G. Manfaat penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan teori.....	7
1. Pengertian Pemasaran .....	7
2. Pengertian Produk.....	9
3. Atribut Produk .....	13

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,  
 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.

4. Kepuasan Konsumen .....	17
B. Kerangka Pemikiran .....	24
C. Hipotesis Penelitian .....	25
 <b>BAB II METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Obyek Penelitian.....	26
B. Metode Penelitian .....	26
C. Variabel Penelitian.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data .....	28
E. Teknik Pengambilan Sampel .....	29
F. Teknik Analisis Data .....	30
 <b>BAB III HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	39
B. Analisis dan Pembahasan .....	42
1. Uji Validitas.....	42
2. Uji Reliabilitas .....	44
3. Profil Responden .....	45
4. Analisis Deskriptif .....	47
5. Analisis Pengaruh Atribut Produk Honda Brio Satya Terhadap Kepuasan konsumen .....	52
a. Uji Asumsi Klasik.....	52
b. Uji Hasil Persamaan Regresi Sederhana.....	53
6. Hasil Penelitian .....	55

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) 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,  
     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.



## BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan .....	57
B. Saran .....	57
DAFTAR PUSTAKA .....	58
LAMPIRAN .....	59

## 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.



## DAFTAR TABEL

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

Tabel 1.1 Tabel Konsumsi BBM ..... 3  
 Tabel 1.2 Tabel Penjualan Mobil LCGC ..... 3

Tabel 1.1 Tabel Tingkat Harapan ..... 18  
 Tabel 1.2 Variabel Operasional ..... 29

Tabel 1.1 Hasil Pengujian Validitas Variabel Atribut Produk ..... 45  
 Tabel 1.2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Konsumen ..... 46

Tabel 1.3 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Atribut Produk ..... 46  
 Tabel 1.4 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen ..... 47

Tabel 1.5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 47  
 Tabel 1.6 Profil Responden Berdasarkan Usia ..... 48

Tabel 1.7 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan ..... 48  
 Tabel 1.8 Profil Responden Berdasarkan Status ..... 49

Tabel 1.9 Distribusi Frekuensi Dimensi Kualitas Produk ..... 50  
 Tabel 1.10 Distribusi Frekuensi Dimensi Fitur Produk ..... 51

Tabel 1.11 Distribusi Frekuensi Dimensi Desain Produk ..... 52  
 Tabel 1.12 Distribusi Frekuensi Variabel Atribut Produk ..... 52

Tabel 1.13 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen ..... 53  
 Tabel 1.14 Hasil Uji Keberartian Model (Uji F) ..... 53  
 Tabel 1.15 Hasil Uji Signifikansi Koefisiensi (Uji t) ..... 54

Tabel 1.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... 54

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.

## DAFTAR GAMBAR

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	24
Gambar 4.1 Logo Honda .....	42
Gambar 4.2 Produk-Produk Mobil Produksi Honda .....	43



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**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.

## DAFTAR LAMPIRAN

(C) 

### Lampiran 1

Pra kuisioner .....	64
---------------------	----

### Lampiran 2

Data Responden Prakusioner .....	66
Hasil Uji Validitas Variabel Atribut produk .....	67
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen .....	70
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Atribut Produk .....	71
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen .....	71

### Lampiran 3

Kuisioner .....	72
-----------------	----

### Lampiran 4

Data Responden Kuisioner .....	76
Analisis Profil Responden .....	78
Frekuensi Data Responden .....	80
Hasil Uji Normalitas .....	82
Hasil Uji Heterokedastisitas .....	82
Hasil Uji Autokolerasi .....	83

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Ha  
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,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

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