

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS POSISI PRODUK BERDASARKAN SIKAP KONSUMEN PENGGUNA SEPEDA MOTOR BEBEK MEREK HONDA, YAMAHA, SUZUKI DAN KAWASAKI DI KOTAMADYA YOGYAKARTA**

Iwan Aryhan Kalauserang  
Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta  
2004

Penelitian ini dilaksanakan di Kotamadya Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1) Sikap konsumen pengguna *sepeda motor bebek* merek *Honda*, *Yamaha*, *Suzuki* dan *Kawasaki*. 2) Posisi produk *sepeda motor bebek* merek *Honda*, *Yamaha*, *Suzuki* dan *Kawasaki* menurut konsumen pengguna *sepeda motor bebek* di Kotamadya Yogyakarta.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi. Sampel yang digunakan adalah konsumen yang menggunakan sepeda motor bebek merek *Honda*, *Yamaha*, *Suzuki* dan *Kawasaki* di Kotamadya Yogyakarta dan berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah 1) Untuk mengetahui profil konsumen adalah dengan analisis persentase; 2) Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap masing-masing merek sepeda motor digunakan analisis indeks sikap konsumen; 3) Untuk mengetahui posisi produk masing-masing sepeda motor bebek digunakan perceptual mapping dengan perhitungan perceived distance dan dengan menggunakan analisis MDS (Multi Dimensial Scalling), dimana metode analisis ini adalah dengan menggunakan bantuan computer untuk mengetahui posisi suatu produk dalam berbagai dimensi yang ditampilkan dalam peta persepsi.

Berdasarkan hasil analisis data , dapat diketahui bahwa: 1) Sebagian besar konsumen adalah pria sebanyak 57%, 30% berusia 16-25 tahun, 31% berstatus pelajar/mahasiswa dan berpenghasilan/uang saku Rp 376.000,- - Rp 575.000,- sebesar 32%; 2) Dengan analisis indeks sikap konsumen diperoleh hasil bahwa secara keseluruhan sikap konsumen terhadap masing-masing merek sepeda motor relative sangat baik. Merek *Honda* lebih unggul dengan indeks 3,9447, *Yamaha* 3,8918, *Suzuki* 3,9176 dan *Kawasaki* 3,8095 ; 3) Dengan *perceptual mapping* dan grafik *MDS*, dapat diketahui posisi produk masing-masing sepeda motor terhadap 6 atribut berdasarkan sikap konsumen, *Honda* terbaik dalam hal keiritan bahan bakar, suku cadang yang lengkap dan harga jual kembali yang tinggi. *Yamaha* memiliki model yang menarik, *Suzuki* unggul dalam warna dan kualitas mesin yang tangguh. Sedangkan *Kawasaki* belum mampu bersaing dalam atribut yang diuji, namun bukan berarti *sepeda motor Kawasaki* paling jelek di kelasnya.

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS ON THE PRODUCT POSITIONING ACCORDING TO THE ATTITUDE OF THE USERS HONDA, YAMAHA, SUZUKI AND KAWASAKI MOTORBIKES IN THE MUNICIPALITY OF YOGYAKARTA**

Iwan Aryhan Kalauserang.  
University of Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2004

This research was conducted in the Municipality of Yogyakarta. The objective of this research is to know 1) The attitude of the consumer that use *Honda*, *Yamaha*, *Suzuki* and *Kawasaki* motorbikes 2) Product positioning of *Honda*, *Yamaha*, *Suzuki* and *Kawasaki* motorbikes according to the consumer's perception.

The data gathering techniques are interview, questionnaire, documentation and observation. The sampel consists of 100 respondens who use *Honda*, *Yamaha*, *Suzuki* and *Kawasaki* motorbikes. The data analysis techniques include 1) percentage analysis 2) consumer attitude index, and 3) perceptual mapping

The data analysis shows that 1) Most of the consumers are men (57%), 30% are 16-25 years old, 31% are students, 32 % of them have pocket money between Rp 376.000 and Rp 575.000, 2) the consumer attitude to each motorbike brand is relatively very good 3) The perceptual mapping shows that according to the users *Honda* is excellent in fuel economy, complete hardware and software and high resale price. *Yamaha* is excellent in attractive model, *Suzuki* is excellent in the machine quality and color. Finally, *Kawasaki* has relatively poor performance in the 6 attributes.