

**ABSTRAK**

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS SEPEDA MOTOR MATIC  
MEREK HONDA VARIO TERHADAP MINAT BELI**

**(Studi Kasus Di Desa Madurejo, Prambanan, Sleman)**

Fransisca Endita Setikasari  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2013

Penelitian ini bertujuan untuk (1) apakah terdapat perbedaan persepsi konsumen atas sepeda motor matic Merek Honda Vario berdasarkan jenis kelamin (2) apakah terdapat perbedaan persepsi konsumen atas sepeda motor matic Merek Honda Vario berdasarkan pelajar dan non pelajar (3) apakah ada pengaruh persepsi konsumen atas sepeda motor matic Merek Honda Vario terhadap minat beli Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei-Juni 2012 di Desa Madurejo, Prambanan Sleman. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik kuisisioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para responden yang memakai sepeda motor matic Honda Vario. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Dengan menggunakan teknik sampling di atas didapatkan 80 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *independent sample t-test* dan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen atas sepeda motor matic Honda Vario berdasarkan jenis kelamin tidak ada perbedaan, persepsi konsumen atas sepeda motor matic Honda Vario berdasarkan pelajar dan non pelajar tidak ada perbedaan, sedangkan persepsi konsumen untuk dimensi kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli namun untuk dimensi harga dan promosi tidak berpengaruh terhadap minat beli.

**ABSTRACT**

**EFFECT OF CONSUMER PERCEPTION OF BRAND MOTORCYCLE  
MATIC INTEREST TO BUY HONDA VARIO  
(Case Study In shini village, Prambanan, Sleman)**

Fransisca Endita Setikasari  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2013

The aim of this study is to answer (1) whether there are differences in consumer perception of motorcycle brands Honda Vario Matic by sex (2) whether there are differences in consumer perception of motorcycle brands Honda Vario matic by students and non-students (3) whether there is influence consumer perceptions top motorcycle brands Honda Vario matic on buying interest this study was conducted in May-June 2012 in the village of Shini, Prambanan Sleman. The data were collected by questionnaire technique. The population used in the study were the respondents who use Honda Vario matic motorcycles. Sampling technique in this study was purposive sampling. By using a sampling technique in the over 80 respondents obtained. The data analysis technique used is the analysis of the independent sample t-test and multiple linear regression.

The results of this study indicate that consumer perceptions of Honda Vario matic motorcycles related to gender, student or non-student, while the dimensions of consumer perception of product quality affect buying interest but the dimensions of price and promotion do not affect the buying interest.