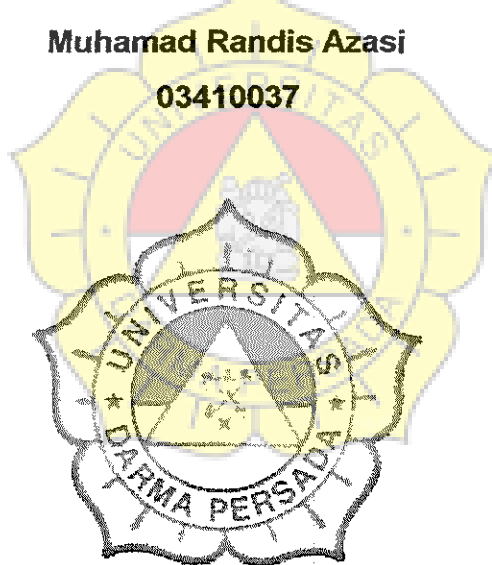


**ANALISIS PERSEPSI KUALITAS MEREK (*BRAND PERCEIVED  
QUALITY*) PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK SUZUKI  
(Studi kasus di Perumahan Taman Cikunir Indah RW 11, Kelurahan  
Jakamulya Kecamatan Bekasi Selatan).**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas akademik dan Melengkapi  
Sebagian Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan  
Manajemen Universitas Darma Persada

Disusun Oleh  
**Muhamad Randis Azasi**  
**03410037**



**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2009**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul skripsi : Analisis Persepsi Kualitas Merek (*Brand Perceived Quality*)  
Produk Sepeda Motor Merek Suzuki (Studi Kasus di  
Perumahan Taman Cikunir Indah Rw 11 kelurahan Jakamulya  
Bekasi Selatan)

Nama : Muhamad Randis Azasi

NIM : 03410037

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran


Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing, untuk diujikan dihadapan panitia  
penguji skripsi sarjana pada tanggal .....26 Agustus 2009.....




Jakarta, ..21 Agustus 2009..

Ketua Jurusan Manajemen

Pembimbing Skripsi

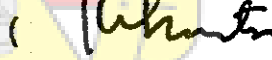


  
(Firsan Nova, SE, MM)

  
(Erika Takidah, SE, Ak, M.si)


## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Randis Azasi  
NIM : 03410037  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Konsenterasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Analisis Persepsi Kualitas Merek (*Brand Perceived Quality*)  
Produk Sepeda Motor Merek Suzuki (Studi Kasus di  
Perumahan Taman Cikunir Indah Rw 11 Kelurahan  
Jakamulya Bekasi Selatan).

Telah diajukan dihadapan panitia penguji skripsi pada tanggal 27 Agustus 2009.

- Jakarta,
1. Dr. Suharto Rahman Ketua (  )
  2. Hanny Nurlatifah, Spi, MM Anggota (  )
  3. Erika Takidah Anggota (  )

Universitas Dharma Persada  
Program Studi (S-1)  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
FAKULTAS EKONOMI  
(Drs. Fauzi Basyir, MM)

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhamad Randis Azasi  
NIM : 03410037  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul "Analisis Persepsi Kualitas Merek (*Brand Perceived Quality*) Produk Sepeda Motor Merek Suzuki (Studi Kasus di Perumahan Taman Cikunir Indah RW.11 Kelurahan Jakamulya Bekasi Selatan)" dibawah bimbingan Ibu Erika Takidah, SE, Ak, M.si benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan jiplakan maupun mengcopy dari hasil sebagian hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan tidak sesuai dengan pernyataan ini, saya sebagai penulis bersedia mempertanggung jawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yang Menyatakan

Muhamad Randis Azasi

## ABSTRAK PENELITIAN

**Muhamad Randis Azasi** : 0310037

*Analisis Brand Perceived Quality* Produk Sepeda Motor Merek Suzuki (Studi Kasus Di Perumahan Taman Cikunir Indah RW.11 Kelurahan Jakamulya Bekasi Selatan).

xi+ 66 Halaman, 5 Tabel, 2 Lampiran

**Kata Kunci** : Persepsi Kualitas Merek (*Brand Perceived Quality*)

**Alasan dan Tujuan Penelitian** : Untuk mengetahui bagaimana persepsi kualitas merek (*Brand Perceived Quality*) yang dimiliki produk sepeda motor suzuki di Perumahan Taman Cikunir Indah Rw.11 Kelurahan Jakamulya Bekasi Selatan.

**Metodologi Penelitian** : Penulis melakukan riset dengan menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui profil responden dan *semantic differensial* dengan data yang berasal dari data primer yang diambil dari hasil penyebaran kuesioner kepada Kepala Keluarga Rw.11 yang pernah memiliki produk sepeda motor merek suzuki.

**Hasil Penelitian** : Hasil pengolahan data yang menggunakan analisis *semantic differensial* diperoleh hasil bahwa konsumen mempunyai tingkat kepuasan rata-rata dari RW.11 sejumlah 3,5 sesuai dengan atribut-atribut yang dimilikinya.

**Kesimpulan dan Saran** : Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulan, yaitu produk sepeda motor merek suzuki dapat diterima dengan cukup puas dengan hasil rata-rata 3,5 sesuai dengan atribut-atribut yang dimilikinya. Jika

ingin terus bersaing di pasaran maka diharapkan produsen sepeda motor merek suzuki tersebut memperbaiki atribut yang kurang itu.

**Daftar Pustaka** : 9 buku, tahun 2003-2007.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmaanirahim*

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena hanya dengan rahma, karunia, dan nikmat-NYA lah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : Analisis Persepsi Kualitas Merek (*Brand Perceived Quality*) Produk Sepeda Motor Merek Suzuki (Studi Kasus Di Perumahan Taman Cikunir Indah RW.11 Kelurahan Jakamulya Bekasi Selatan).

Sebagaimana telah diketahui, bahwa skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Dari awal penelitian hingga selesainya skripsi ini, penulis mendapat bimbingan serta petunjuk baik berupa moril maupun materil dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat selesai.

Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis terutama kepada :

1. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Ibu Erika Takidah, SE, Ak, M.Si, selaku Pembimbing Skripsi.
3. Bapak Fisan Nova, SE, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Ibu Dini Rahayu, SE, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
5. Bapak / Ibu Dosen dan Staf pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, atas pemberian ilmunya, terutama kepada ibu Hany Nurlatifah, dan Bapak Sukardi.
6. Seluruh Staff dan Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi, Perpustakaan dan di Rektorat.

7. Bapak dan Mamah atas dukungannya dan kesempatanya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan kuliah, baik berupa do'a, motivasi, dan materi serta untuk seluruh keluargaku.
8. Semua responden yang dengan ikhlas bersedia mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
9. Teman-temanku di manajemen terutama untuk angkatan 2002 sampai dengan angkatan 2006. terima kasih atas persahabatanya.
10. serta untuk semua pihak yang telah membantu saya.

Dengan kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahannya, baik dari isi maupun cara penyajiannya mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis sangat berharap akan kritik dan saran yang nantinya dapat menyempurnakan skripsi ini.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.



Jakarta, 20 Agustus 2009

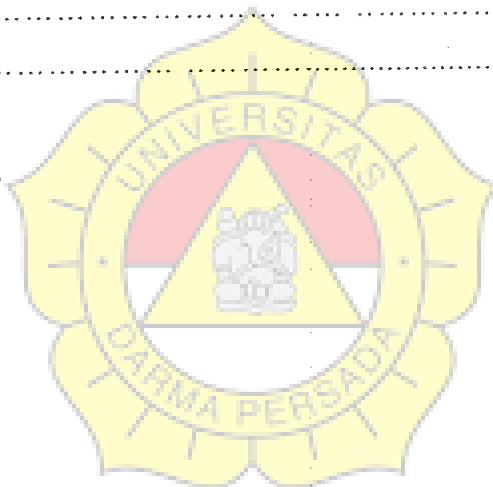
Penulis

Muhamad Randis Azasi

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II</b>	<b>LANDASAN TEORI</b>
A. Pengertian Bauran Pemasaran.....	7
B. Kategori Merek.....	10
C. Konsep Merek.....	14
D. Pengertian <i>Brand Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas Merek).....	17
E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Perceived Quality</i> ..	19
F. <i>Perceived Quality</i> Menghasilkan Nilai.....	21
G. Membangun <i>Perceived Quality</i> Yang Kuat.....	26
H. Pengukuran dan Analisis <i>Perceived Quality</i> .....	28
I. Persepsi Konsumen.....	28
J. Kerangka Pikir Penelitian.....	31
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	33

B. Jenis Dan Sumber Data.....	33
C. Populasi dan Sampel.....	34
D. Metode Pengolahan Data dan Analisis Data.....	36
E. Definisi Variabel Operasional.....	38
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>
A. Gambaran Umum Perumahan Taman Cikunir Indah Bekasi Selatan.....	40
B. Karakteristik Responden.....	43
C. Analisis <i>Brand Perceived Quality</i> Produk Sepeda Motor Merek Suzuki.....	50
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>	



## DAFTAR TABEL

### TABEL

I-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	50
I-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
I-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....	52
I-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53
I-5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN

1. Kuesioner analisis persepsi kualitas merek (*Brand Perceived Quality*) produk sepeda motor merek suzuki.....59
2. Tabel Pengolahan Data Analisis persepsi kualitas merek (*Brand Perceived Quality*) produk sepeda motor merek suzuki.....62



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu unsur dalam rangka kegiatan perusahaan. Kebijakan yang diambil dalam pemasaran akan mempengaruhi maju mundurnya suatu perusahaan karena masalah yang dihadapi saat ini semakin besar, perusahaan bukan hanya sekedar bagaimana memproduksi suatu barang, tetapi yang lebih penting adalah bagaimana memasarkan hasil produk tersebut.

Oleh karenanya, kegiatan bisnis sering disebut Bauran Pemasaran. Bauran pemasaran pada produk barang yang kita kenal selama ini berbeda dengan bauran pemasaran untuk produk jasa. Bauran pemasaran produk barang mencakup 4P: *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Sedangkan untuk jasa ke empat hal tersebut masih dirasa kurang mencukupi. Para pakar pemasaran menambahkan tiga unsur lain, yaitu : *people*, *process*, dan *customer service*. Ketiga hal ini terkait dengan sifat jasa dimana tahapan operasi hingga konsumsi merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan serta mengikutsertakan konsumen dan pemberi jasa secara langsung. Dengan kata lain terjadi interaksi langsung antara penjual dan pembeli (meski tidak untuk semua jenis jasa). Sebagai suatu bauran, unsur-unsur tersebut saling

mempengaruhi satu sama lain, sehingga bila salah satu tidak tepat pengorganisasiannya akan sangat mempengaruhi strategi pemasaran secara keseluruhan.

Agar perusahaan mempunyai produk yang kompetitif di pasar, maka produk tersebut harus mempunyai penempatan (*positioning*) yang sedemikian rupa dibenak konsumen supaya mempunyai nilai lebih dari produk pesaing. Demikian halnya dengan merek (brand) sebuah produk, bukanlah nama biasa tetapi ia selalu mempunyai citra (*image*) yang merupakan gabungan dari persepsi yang timbul dibenak konsumen, dan persepsi itu timbul dari sebuah nama atau merek.

Setiap konsumen memiliki persepsi yang berbeda-beda mengenai sebuah merek, misalnya sepeda motor. Hal tersebut memberikan keuntungan bagi produsen sepeda motor untuk memproduksi berbagai jenis yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan dari setiap konsumennya. Dalam melakukan setiap pembelian, konsumen biasanya tergantung pada desain yang menarik, aneka warna yang ditawarkan, harga yang bersaing, kualitas mesin yang tahan lama, irit bensin, dan kemudahan mendapatkan sperpart sepeda motor.

Alasan konsumen memilih untuk membeli sepeda motor karena buruknya infrastruktur jalan di Indonesia adalah "Banyak jalan rusak, belum lagi kemacetan. Bahkan untuk bepergian keluar kota pun banyak yang memilih mengendarai sepeda motor". Hal tersebut menanggapi pengaruh penurunan Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) hasil survei

Bank Indonesia (BI) pada Februari 2008 terhadap penjualan sepeda motor.

Survei konsumen yang dilakukan BI pada Februari 2008 menunjukkan IKK relatif sama dengan bulan sebelumnya dan masih berada pada level pesimis dengan penurunan sebesar 2,1 poin dan kini berada pada posisi IKK sebesar 92,4. Angka penjualan sepeda motor mencapai 4.428 juta unit pada 2006 dan naik 5,9% pada 2007 menjadi 4.689 juta unit. Untuk Januari 2008, penjualan secara nasional mencapai 473.060 unit atau tumbuh 34,6% dibanding Januari 2007 sebanyak 346.669 unit.

Sebelumnya, Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) memprediksi penjualan sepeda motor hingga akhir 2008 akan mencapai 5,2 juta unit atau naik 511.000 unit. Namun, faktor negatif juga tidak bisa dihindari seperti kenaikan harga minyak.

Sementara itu mengenai penjualan motor gede, Soebronto mengatakan, pihaknya tidak memiliki target penjualan karena memang konsumennya sangat terbatas dengan harga satu unit yang bisa mencapai Rp350 juta. Namun pihaknya melihat adanya potensi pengembangan industri dengan masuknya pasar bebas ASEAN pada 2015.

"Ada peluang untuk ekspor. Jadi selama tujuh tahun ini kita terus berupaya melakukan perbaikan-perbaikan," kata dia. Indonesia, kata dia, memiliki keuntungan dari segi "skill" dan tenaga kerja karena, berbeda dengan mobil, industri sepeda motor adalah industri padat karya.

Di pasar Indonesia, lanjut dia, potensi motor besar akan berkembang terlihat dari maraknya klub-klub motor besar serta berbagai aktivitasnya. Sementara itu, Managing Director PT Indomobil Suzuki International, Kenji Saito mengatakan, pihaknya berani mendatangkan motor gede dalam bentuk *completely build up* (utuh) dari Jepang ke Indonesia karena melihat banyaknya penyuka moge di negara ini. Selain itu pihaknya ingin memperkenalkan kepada konsumen teknologi tinggi yang dimiliki oleh Suzuki dan pemahaman bahwa teknologi tinggi tersebut juga diterapkan untuk produk sepeda motor lokal.

Bila sebuah perusahaan membangun merek yang dimilikinya bisa diartikan pula bahwa ia sedang membangun jati diri produk tersebut. Merek yang kuat akan menjadi merek yang bagus dalam ingatan konsumen ( *top of mind* ), dan bisa dipastikan ia akan mampu mempertahankan diri dari serangan pesaing. Agar tertanam kuat dalam ingatan sebuah produk seperti sepeda motor Suzuki harus dapat meningkatkan persepsi kualitas mereknya. Ditengah banyak persaingan saat sekarang ini, konsumen cenderung untuk membeli produk dengan kualitas yang sudah dikenal baik daripada yang belum dikenal atau

dikenal buruk. Hal itu dikarenakan keterbatasan informasi yang lengkap, keadaan keuangan dan waktu sehingga dalam membuat keputusan pembelian seorang konsumen sangat dipengaruhi oleh persepsi kualitas merek.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk membahas masalah dengan judul : "ANALISIS PERSEPSI KUALITAS MEREK (*BRAND PERCEIVED QUALITY*) PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK SUZUKI (Studi kasus di Perumahan Taman Cikunir Indah RT 01 RW 11, Kelurahan Jakamulya Kecamatan Bekasi Selatan).

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana *Brand Perceived Quality* (persepsi kualitas merek) yang dimiliki produk sepeda motor Suzuki (Studi kasus di wilayah Perumahan Taman Cikunir Indah RW 11 Kelurahan Jakamulya Kecamatan Bekasi Selatan).

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Brand Perceived Quality* (persepsi kualitas merek) yang dimiliki produk sepeda motor Suzuki.

#### D. Manfaat Penelitian

Dengan diketahuinya *Brand Perceived Quality* (persepsi kualitas merek) pada produk Suzuki maka dapat diambil manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Sebagai bahan masukan bagi perusahaan dapat mengetahui atribut kualitas merek yang paling kuat pada produk tersebut dan mempertahankannya serta memperbaiki atribut *Brand Perceived Quality* yang paling lemah sehingga kualitas produk Suzuki dapat meningkat lebih baik lagi dari merek pesaing.
2. Sebagai bahan masukan bagi mahasiswa dan pembaca yang ingin mengetahui dan mengembangkan pengetahuan tentang upaya yang berguna dalam menarik perhatian konsumen dalam membeli produk sepeda motor merek suzuki dan bagaimana dalam menghadapi persaingan yang ketat dibidang sejenis serta sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut.