

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK
TOYOTA AVANZA DAN DAIHATSU XENIA**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Anie Suziati
Nomor Mahasiswa : 00311243
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2004

**Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Produk
Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Anie Suziati
Nomor Mahasiswa : 00311243
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

**Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Produk
Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia**

SKRIPSI

**Ditulis dan Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Ujian Akhir Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



Oleh :

Nama : Anie Suziati
Nomor Mahasiswa : 00311243
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

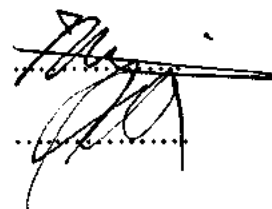
**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK TOYOTA
AVANZA DAN DAIHATSU XENIA**

**Disusun Oleh: ANIE SUZIATI
Nomor mahasiswa: 00311243**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 10 Agustus 2004

Penguji/Pemb. Skripsi: DR. Zaenal Arifin, M.SI

Penguji : Drs. Abdul Moin, MBA



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia




Drs. Suwarsono, MA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi".

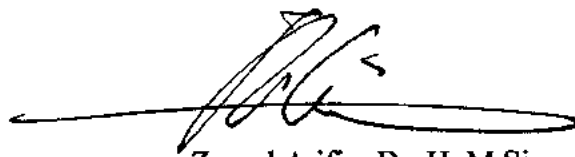
Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta,
Penulis,

Anie Suziati

**Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Produk
Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia**

Nama : Anie Suziati
Nomor Mahasiswa : 00311243
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta,
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke at the bottom.

Zaenal Arifin, Dr. H. M.Si

ABSTRAK

Skripsi ini merupakan hasil analisis diskriptif mengenai perilaku konsumen yang meneliti Bagaimana persepsi konsumen terhadap atribut produk yang dimiliki mobil Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia serta Apakah perbedaan karakteristik responden yang ada akan menentukan persepsi konsumen terhadap atribut kedua produk tersebut. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berupa atribut produk Avanza dan Xenia meliputi Penampilan, performa mesin, merek, aksesoris, harga, promosi dan pelayanan. Sedangkan karakteristik responden dilihat berdasarkan jenis kelamin, usia, jumlah penghasilan per bulan serta jenis pekerjaan. Penelitian ini mengambil responden konsumen potensial kedua produk yang berada dalam wilayah Daerah istimewa Yogyakarta dengan metode pengumpulan data melalui kuisioner. Penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode analisis kualitatif dan metode analisis kuantitatif dengan Kai Kuadrat sebagai alat analisisnya. Dari hasil analisis tersebut diketahui bahwa persepsi konsumen terhadap atribut produk Avanza adalah baik, dengan persepsi tertinggi pada atribut performa mesin dan persepsi konsumen terhadap atribut produk Xenia juga baik dengan persepsi tertinggi pada atribut harga. Dari analisis tersebut juga diketahui perbedaan karakteristik responden antara umur, tingkat penghasilan, dan jenis pekerjaan konsumen menentukan persepsi responden terhadap atribut produk yang meliputi penampilan produk, performa mesin harga dan pelayanan Toyota Avanza. Sedangkan perbedaan karakteristik jenis kelamin terhadap atribut Avanza kurang menentukan penilaian persepsi konsumen terhadap produk. Pada Daihatsu Xenia perbedaan karakteristik responden antara umur, tingkat penghasilan, dan jenis pekerjaan konsumen menentukan persepsi responden terhadap atribut produk yang meliputi penampilan produk, merek, aksesoris, harga, promosi dan pelayanan. Sedangkan perbedaan karakteristik jenis kelamin terhadap atribut Xenia kurang menentukan penilaian persepsi konsumen terhadap produk.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayat dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Produk Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia".

Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana strata-1 pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Indonesia.

Skripsi ini merupakan penelitian deskriptif yang membahas tentang persepsi konsumen terhadap atribut produk Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia serta pengaruh karakteristik konsumen terhadap atribut produk yang diukur dengan metode analisa Kai kuadrat.

Dalam penulisan skripsi penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan hasil yang terbaik. Namun demikian penulis juga mempunyai keterbatasan kemampuan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyadari tanpa adanya bimbingan, dukungan dan bantuan baik secara moril maupun materiil dari berbagai pihak, maka mustahil skripsi dapat terselesaikan.

Pada kesempatan ini penulis menghaturkan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Zaenal Arifin, Dr, H, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan.
2. Orangtuaku, bapak H. Sutarno dan Ibu Hj. Sri Amani, yang telah memberikan kasih sayangnya dengan tulus dan ikhlas, membimbing dan melahirkan ananda dalam Islam.
3. Mas Agus dan mba chandra, my big support of my life.
4. mama'e, Pak De dan Bu De ,Mami Papi, mbak Mona dan Koh Han si kecil raihan, mbak Dian, Intan dan Yudo atas doa dan dukungannya.
5. *Cintaku...Seseorang yang kelak menjadi pendamping hidupku.*
6. Lutfie, terima kasih atas bantuan,saran dan kesabaranmu yang selalu membantuku dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Temen temen smua.. Lukman,Galuh,Alya,Corine,Nurul n Ryan 'ndut, Ika,Uum,Reza,Laras,Yani,Ari,Ajeng,Sekar,Lia n anak2 Citra Kusuma, Bayu,Adit,Youx,m.Okie mm,okie sby,Dino,Ocke,Andro,Uvi,Ucok,awal, Rudi, Cere, Rino, Sendi, Kolis, Wahyu, Coro dan anak kontrakan, Kusmas, Ari Siro, Indra, Agus dan Hari, I Love You All.
8. Kakak-kakakku yang baik banget mas Iwan, mas Irwan, mas Ali, pak H. Rizqi, mas Woko Toca dan mas-mas di Toca, mas Cahyo (pak De), mas Reza, mas Sulis, mas Atat, Ka Dedi, Ka Edi, Ka Luluk, mas Joko dan mas Agung, terima kasih atas bantuan dan dukungannya.
9. Mas Ndandit *Bear*’Thanks for your support and advice for your bearny.
10. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas bantuan dan dukungannya.

Semoga Allah berkenan membalas budi baik ini akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini akan dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan dan memerlukannya serta bagi penulis sendiri.

Yogyakarta, Juni 2004

Penulis
Anie Suziati

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Sampul Depan Skripsi	ii
Halaman Judul Skripsi	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iv
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	vi
Abstrak	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah penelitian	4
1.3 Batasan Masalah dan Asumsi	4
1.4 Tujuan penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Pemasaran	7
2.2.2 Perilaku Konsumen	9
2.2.3 Teori Perilaku Konsumen	17
2.2.4 Proses Pembelian Konsumen	20
2.2.5 Model Perilaku Konsumen dan Persepsi terhadap Produk	22
2.3 Rumusan Hipotesis	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian	24
3.2 Variabel Penelitian	24
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.3.1 Produk Toyota avanza dan Daihatsu Xenia	26
3.3.2 Persepsi	27
3.3.3 Konsumen potensial	28
3.4 Uji Instrumen Penelitian	28
3.5 Metode Pengumpulan Data	29
3.6 Metode Pengambilan Sampel.....	29
3.7 Metode analisis Data	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Karakteristik Responden	34
4.2 Gambaran Atribut Produk	37
4.2.1 Atribut Toyota Avanza.....	37
4.2.2 Atribut Daihatsu Xenia	42
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	46
4.3.2 Hasil Uji Reabilitas	47
4.4 Analisis Deskripif	48
4.4.1 Analisis Persepsi Konsumen terhadap Atribut yang Dimiliki Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia.....	48
4.5 Uji Hipotesis	56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	35
4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan per bulan	37
4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
4.5 Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen Pertanyaan	47
4.6 Ringkasan Hasil Uji Reabilitas	48
4.7 Persepsi Konsumen terhadap Aribut Produk Toyota Avanza.....	50
4.8 Persepsi Konsumen terhadap Aribut Produk	53
4.9 Perbandingan Persepsi Konsumen terhadap Atribut Avanza dan Xenia	57
4.10 Atribut Toyota Avanza dengan Jenis kelamin	59
4.11Atribut Toyota Avanza dengan Umur.....	60
4.12Atribut Toyota Avanza dengan Penghasilan per bulan.....	62
4.13Atribut Toyota Avanza dengan Jenis pekerjaan	63
4.15Atribut Daihatsu Xenia dengan Jenis Kelamin	65
4.16Atribut Daihatsu Xenia dengan Umur	66
4.17Atribut Daihatsu Xenia dengan Penghasilan per bulan	67
4.18Atribut Daihatsu Xenia dengan Jenis Pekerjaan.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Tahap-tahap Dalam Proses Pembelian.....	22
1.2 Model Perilaku Beli Konsumen	22
1.3 Model Persepsi Individu	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
I. Uji Validitas Pertanyaan pada Produk Avanza.....	75
II. Uji Validitas pada Produk Xenia.....	76
III. Hasil Analisis Chi Square Karakteristik Responden dengan Atribut Produk Avanza.....	77
IV. Hasil Analisis Chi Square Karakteristik Responden dengan Atribut Produk Xenia.....	107
V. Rekapitulasi Data penelitian Seratus responden	108
VI. Tabel Korelasi Produk moment (r)I-Trail.....	111
VII. Tabel distribusi Nilai Chi Square	112
VIII. Kuisisioner.....	113
IX. Gambar Avanza dan Xenia.....	120