



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH POSITIONING TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK  
YAMAHA DI KOTA PADANG**



Oleh :

**WINDA TRI WAHYUNI**  
06 954 005

**MILIK**  
UPT PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS ANDALAS

**TERDAFTAR**

TANGGAL : 20-1-2008  
NOMOR BI : 509050429

**Mahasiswa Program SI Jurusan Manajemen**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**PADANG  
2008**



No. Alumni Universitas

**WINDA TRI WAHYUNI**

No. Alumni Fakultas

**Biodata**

A). Tempat/Tgl Lahir : Padang / 6 Februari 1985 B). Nama Orang Tua: Indarmis Kadar, Dan Chadijah C). Fakultas : Ekonomi Program S-1 Ekstensi D). Jurusan : Manajemen E). No. Bp : 06 954 005 F). Tanggal Lulus : 22 November 2008 G). Predikat Lulus : Sangat Memuaskan H). IPK : 3,29 I). Lama Studi : 2 Tahun 3 bulan (Intake DIII) J). Alamat Orang Tua : Kompl. Jondul Rawang Blok WW 15 Padang

**ANALISIS PENGARUH POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA DI KOTA PADANG**

Skripsi S-1 oleh Winda Tri Wahyuni, Pembimbing : Dra. Yanti, MM

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah strategi positioning yang diterapkan oleh Yamaha telah maksimal sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk pembelian. Adanya persaingan yang semakin meningkat dalam bisnis sepeda motor perlu mendapat perhatian khusus pihak Yamaha untuk melakukan positioning untuk menghadapi persaingan. Adanya masyarakat yang over komunikasi, perusahaan harus menciptakan suatu posisi dalam benak konsumennya. Positioning merupakan suatu persepsi yang diinginkan akan timbul dibenak konsumen di suatu pasar tertentu, sehingga bisa menampilkan keunikan dibanding pesaingnya (Kertajaya, 1997). Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuisisioner kepada 100 orang reponden. Data diolah dengan menggunakan program SPSS dan di analisis dengan menggunakan rumus regresi. Dari hasil analisis diperoleh bahwa Variabel performa berpengaruh langsung secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Tetapi secara bersama-sama performa, fitur, benefit, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : **22 November 2008**,

Abstrak telah disetujui oleh penguji:

Tanda Tangan	1	2	3
Nama Terang	Dra. Yanti, MM	Prof. Yusniar Ilyas, SE	Desyetti, SE, MM

Mengetahui :

Ketua Program Studi Manajemen : Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si  
Nip. 132 164 008

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas / Universitas dan mendapat Nomor Alumnus :

Petugas Fakultas / Universitas		
No. Alumni Fakultas:	Nama	Tanda tangan
No. Alumni Universitas:	Nama	Tanda tangan

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sarana transportasi atau yang biasa disebut kendaraan sangat dibutuhkan dalam mengantisipasi mobilitas manusia yang terus meningkat setiap harinya, karena kendaraan dapat dijadikan sebagai sarana pendukung dalam menjalankan aktifitas atau pekerjaan sehari-hari yang memiliki jarak tempuh yang cukup jauh. Dalam hal ini sepeda motor dapat dijadikan sebagai pilihan transportasi yang cepat.

. Dampak kenaikan BBM atau bensin premium yang kini menjadi Rp 6.000,00/liter berpengaruh pada meningkatnya penjualan sepeda motor. Kendaraan roda dua ini selain lincah mengarungi kemacetan daerah perkotaan, juga memiliki faktor ekonomis yang tinggi. Sepeda motor mampu mengurangi biaya bahan bakar, bahkan mobilitasnya tinggi dan lebih cepat ke tempat tujuan. Selain itu, mencari parkir di tempat keramaian dan jalan utama pun lebih mudah.

Tidak heran kalau sepeda motor kini menjadi pilihan hampir semua lapisan masyarakat. Bukan saja kalangan pelajar, mahasiswa, atau pekerja kelas menengah, namun kaum eksekutif pun menyukai motor sebagai alat transportasi.

Tingginya minat konsumen terhadap pemakaian sepeda motor membuat para pelaku pasar terus melakukan inovasi terhadap produk sepeda motor mereka. Namun, semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang tersebut akan membawa suatu masalah tertentu bagi suatu perusahaan seperti masalah persaingan.

**MILIK  
UPT PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS ANDALAS**

Sampai saat ini ada lima merek utama yang mengisi pasar sepeda motor, yang bergabung bersama dalam AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia), yaitu Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki dan Vespa. Namun hanya tiga pemain dominan pada kenyataannya yaitu, Honda, Yamaha, dan Suzuki..

Dalam merebut pasar para produsen mencoba menonjolkan produknya dari produk saingannya di pasar dengan berbagai cara, baik melalui kebijakan harga, produk, distribusi atau promosi serta berbagai kebijakan lainnya yang ditujukan agar perusahaan dapat terus bertahan di pasar. Untuk itu perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang efektif agar dapat terus bertahan dalam menghadapi persaingan yang ketat.

Dengan bermunculannya beragam produk yang ditawarkan yang tersedia di pasar mengakibatkan konsumen semakin mempunyai banyak pilihan untuk membeli produk yang diinginkan dan membuat konsumen semakin selektif dalam memilih produk yang dibeli. Salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan market sharenya adalah dengan melakukan positioning ke dalam pikiran konsumen.

Menurut Hiebing dan Cooper (1997) *positioning* membangun persepsi produk anda di dalam pasar sasaran relatif terhadap persaingan. Oleh karena itu perusahaan sangat perlu untuk mengetahui bagaimana sebenarnya persepsi konsumen atas produk yang dipasarkannya dan bagaimana posisi produk tersebut jika dibandingkan dengan produk sejenis yang ada di pasaran.

Sejak memasuki pasaran sepeda motor di Indonesia, Honda selalu menguasai hampir 50% pasar sepeda motor. Selama ini Yamaha hanya dapat menempati posisi

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dalam bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik

kesimpulan bahwa :

1. Setelah dilakukan analisis dengan pengujian Regresi Berganda terhadap variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor merek Yamaha yaitu performa, fitur, benefit dan harga, hanya performa yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli sepeda motor merek Yamaha. Sedangkan variabel lainnya tidak terlalu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dibantu dengan program SPSS menunjukkan bahwa variabel performa, fitur, benefit dan harga secara bersama-sama memiliki hubungan dan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian ini hanya memberikan gambaran secara umum mengenai positioning serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Untuk penelitian selanjutnya disarankan menambah jumlah variabel bebas yang diteliti karena masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian
2. Penelitian ini masih sangat terbatas, dimana jumlah sampel sebanyak 100 responden yang sudah memiliki sepeda motor Yamaha, belum dapat mewakili

## DAFTAR PUSTAKA

- Nugroho, J. setiadi, SE, MM, *Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Kencana, Jakarta, 2003
- Kasali, Rhenald, 2003, *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, Positioning*, Cetakan keempat, PT. Gramedia, Jakarta
- Kertajaya, Hermawan, 2004, *Memenangkan Persaingan dengan Segitiga Positioning – Differensiasi – Brand*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan Teguh dan Rusli, Jilid I, Edisi Milenium, Prenhalindo, Jakarta
- Sekaran, Uma, 2006, *Research Methods for Business*, Terjemahan Kwan Men Yon, Buku 1 & 2, Edisi 4, Salemba Empat, Jakarta
- Setiadi, Nugroho. J, 2003, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Masalah*, Prenada Media, Jakarta
- Simamora, Bilson, 2004, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*, PT. Gramedia , Jakarta
- Sarwono, Jonathan, 2006, *Panduan Cepat dan Mudah SPSS 14*, Andi Offset, Yogyakarta
- Hendriani, Lis, 2007, “Honda Bisa Ungguli Yamaha Asal...”, *Marketing Xtra*
- [www.google.com](http://www.google.com) Management, Otomotif” Market Share Motor 2008” (Maret 12, 2008)
- [RMexpose.com](http://RMexpose.com) Produk dan Bisnis “ Yamaha Sabet Marketing Award” ( Sabtu, 01/09/07)
- [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)