

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang Masalah**

Kebutuhan manusia seiring dengan perkembangan jaman telah meningkat dan mencoba memenuhi segala kebutuhannya itu secara cepat. Pesatnya perkembangan teknologi telah mempengaruhi kebutuhan dan keinginan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Seperti berubahnya pola pikir, pola kehidupan dan selera masyarakat. Salah satu perubahan pola kehidupan individu adalah semakin dibutuhkannya sarana transportasi yang semakin lama dianggap sebagai kebutuhan *primer* bagi sebagian orang. Dengan adanya alat transportasi manusia dapat melakukan berbagai perjalanan dan aktivitas dalam pemenuhan kebutuhan kehidupannya sehari-hari. Alat transportasi dapat dibagi menjadi 3 macam , yaitu alat transportasi udara sebagai contoh pesawat terbang, alat transportasi laut sebagai contoh kapal laut dan alat transportasi darat sebagai contoh mobil, sepeda motor dan lain-lain. Dan dari ketiga sarana tersebut yang paling mendominasi adalah sarana transportasi darat.

Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang banyak digemari oleh masyarakat. Masyarakat semakin menyadari pentingnya suatu alat transportasi khususnya sepeda motor, sehingga banyak masyarakat yang membeli sepeda motor sebagai alat transportasi mereka. Dibandingkan dengan alat transportasi lain yang dapat dimiliki oleh masyarakat seperti mobil, sepeda motor menjadi salah satu alternatif yang terjangkau dan dapat dibeli oleh golongan masyarakat menengah kebawah.

Dengan meningkatnya jumlah permintaan akan sarana transportasi oleh konsumen, berakibat banyak bermunculan perusahaan yang bergerak di bidang industri otomotif. Perusahaan-perusahaan otomotif berlomba untuk memberikan inovasi-inovasi terbaru terhadap produk mereka guna meningkatkan kapasitas penjualan serta mengembangkan produk sesuai dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat. Di samping untuk pengembangan produk, inovasi juga dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan dapat bertahan, berkembang dan mempunyai suatu ciri khas yang dapat dijadikan sebagai keunggulan. Dengan kualitas keunggulan tersebut diharapkan dapat menjaga tingkat angka penjualan yang baik.

Untuk mempertahankan positioning produknya, Suzuki banyak melakukan berbagai perubahan yang tercermin dalam mottonya "*inovasi tiada henti*" dan sudah jarang tentu dengan tetap menjaga kualitas dari produknya. Berbagai jenis sepeda motor Suzuki diproduksi dan dipasarkan. Dari mulai jenis Suzuki RC100, Shogun, ShogunR, Tornado, RGR, Thunder 125, Satria, Smash dan yang terbaru adalah Shogun 125R.

Shogun 125R hadir membawa kesegaran baru dengan model favorit dan striping baru sporty dan elegan, lebih dinamis dan menawan karena memiliki empat pilihan warna yang menarik yaitu perl medium blue, celebration red, solid black dan shadow blue. Dengan masih menggunakan mesin 4 Tak dan memiliki kapasitas mesin 125cc yang juga irit bahan bakar, menawarkan porsi yang lebih baik dalam kecepatan rendah maupun tenaga dan torsi yang paling besar pada kecepatan sedang.

Suzuki Shogun 125R menggunakan analisis finite element-methode untuk kerangka dan sasis guna meningkatkan kekuatan frame sekaligus mengurangi berat. Tampilan petunjuk odometer dan meteran bensin Suzuki Shogun 125R menggunakan teknologi LCD (*Liquid Crystal Display*). Odometer dan meteran

bensin tidak digerakkan secara mekanis melainkan melalui sensor sehingga tidak membutuhkan kabel. Rem cakram hidrolis atau tromol membuat Suzuki Shogun 125R semakin teruji ketangguhannya. Serta dilengkapi dengan safety lock membuat rasa aman bagi pengendaranya. Dengan harga yang dipatok Rp 12,5juta membuat Suzuki Shogun 125R dapat bersaing dengan produk lain sejenis.

Berbagai keunggulan yang dimiliki Suzuki Shogun 125R ([www.google.com](http://www.google.com) – search : Suzuki Shogun 125R) antara lain adalah :

1. Mesin

Suzuki Shogun 125R menggunakan mesin 4 tak, SOHC dengan sistem pendingin udara. Menggunakan satu silinder dan karburator mikuni UM18. Saringan udara menggunakan elemen kertas dan sistem starternya dengan sistem listrik dan engkol. Sistem pelumas yang bekerja pada motor ini adalah SALCS (*Suzuki Advanced Lubrication and Cooling System*)

2. Transmisi

Transmisi Suzuki Shogun 125R 4 percepatan dengan sistem rotary. Menggunakan kopling *wet shoe, automatic* PECS type. Rantai penggerak menggunakan 100 mata rantai untuk mendukung kecepatan. Pola pemindahan gigi 1-4 kebawah memudahkan pemakaian berkendara. Kapasitas bensin termasuk cadangan sebesar 4,5 L, oli garpu depan 60 ml (per kaki) dan oli mesin penggantian dengan saringan 800 ml serta pembongkaran 1.000 ml.

3. Rangka dan Dimensi Berat

- Suspensi Depan : Teleskopik, per spiral, peredam oli.
- Suspensi Belakang : Lengan ayun, per spiral, peredam oli.

- Trail : 67 mm
- Rem Depan : Cakram, Hidrolis
- Rem Belakang : Tromol
- Sudut Kemudi : 45° (kanan kiri)
- Ukuran ban depan : 70/90-17M/C 38P
- Ukuran ban belakang : 80/90-17M/C 44P
- Panjang kendaraan : 1.911mm
- Lebar kendaraan : 705mm
- Tinggi kendaraan : 1,072mm
- Berat kendaraan : 96,7kg

#### 4. Kelistrikan

Pada Suzuki Shogun 125R tidak memerlukan pemeriksaan air accu. Accu ini memiliki ukuran yang sangat kecil dan ringan sehingga menunjang penampilan Suzuki Shogun 125R tetap ramping dan ekonomis. Jenis pengapiannya secara digital Suzuki DC-CDI (Digital) dengan menggunakan generator AC Magnetto dan sekering 10A.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis bermaksud meneliti dimensi kualitas dari sepeda motor Suzuki Shogun 125R dengan judul: **Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Dimensi Kualitas Produk Sepeda Motor Suzuki Shogun 125R**. Penelitian ini dilakukan agar perusahaan atau dealer dapat mengetahui urutan kepentingan dimensi kualitas dari Suzuki Shogun 125R, sehingga dari penilaian konsumen perusahaan dapat mengetahui dimensi mana yang dijadikan prioritas dalam keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

## **I.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penilaian konsumen terhadap kualitas produk sepeda motor Suzuki Shogun125R ?
2. Apakah ada perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas produk ditinjau dari jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan ?

## **I.3. Batasan Masalah**

Dengan adanya berbagai keterbatasan yang dimiliki penulis dalam penelitian ini dan agar permasalahan yang diteliti tidak terlalu luas, maka penulis memberikan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Sepeda motor yang diteliti adalah Suzuki Shogun125R.
2. Penelitian hanya dilakukan di kota Yogyakarta
3. Responden yang diteliti adalah konsumen yang memiliki dan menggunakan Suzuki Shogun125R di Yogyakarta.
4. Penilaian dimensi kualitas meliputi 6 dimensi (*Merrie Bruoks, Valcrie A. Zeithaml dan Gillian Naylor* *Journal of the Academy of Marketing Science*, " *Price and Brand Name as Indicators of Quality Dimensions for Consumer Durables* ", 28; Summer, 2000; Vol No 3 hlm. 361), yaitu *Easy of use, Versality, Durability, Serviceability, Performance, dan Prestige.*

#### **I.4. Batasan Operasional**

Kualitas adalah tingkat atau kadar keunggulan dari suatu produk (*degree or grade of excellence*). Dimensi kualitas adalah atribut-atribut spesifikasi tertentu yang dapat digunakan untuk menunjang harapan konsumen akan suatu produk.

- a) *Easy of Use*, yaitu kemampuan konsumen dalam mengoperasikan produk yang dilihat dari kemudahan dan kejelasan pengoperasian produk tersebut. Konsumen sering mempertimbangkan *easy of use* sebagai dimensi yang penting dari kualitas suatu produk. Suzuki Shogun 125R menggunakan teknologi LCD (Liquid Crystal Display) dan juga pola pemindahan gigi kebawah 1-4 memudahkan pemakaian berkendara.
- b) *Versality*, yaitu karakteristik fungsional yang membedakan merk produk yang satu dengan produk yang lain.
  - Mesin 125cc 4 tak, SOHC dengan sistem pendingin udara, untuk menjaga kualitas mesin.
  - Odometer dan meteran bensin tidak digerakkan secara mekanis melainkan melalui sensor sehingga tidak membutuhkan kabel.
  - *Safety Lock* yang memberi keamanan dan kenyamanan bagi pengendaranya.
  - Sistem pelumas yang bekerja pada motor Suzuki Shogun 125R adalah SALCS (*Suzuki Advanced Lubrication and Cooling System*)
- c) *Durability*, yaitu kehandalan produk untuk bekerja dengan baik atau ketahanan produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen,

seperti: kapasitas mesin 125cc SOHC yang dilengkapi dengan system pendingin udara.

- d) *Serviceability*, yaitu kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh service atau pelayanan yang baik setelah memakai produk tersebut. Suzuki memberikan kupon service gratis dan oli gratis pada 500 Km/1 bulan dan 3.000 Km/3 bulan pemakaian pertama. (dihitung mulai saat BBN diterima). Sedangkan pada 5.500 Km/6 bulan, 8.000 Km/9 bulan dan 10.500 Km/12 bulan pemakaian pertama-hanya memperoleh service gratis saja (tanpa oli). Penggantian sparepart gratis dapat dilaksanakan bila sesuai dengan kebijakan garansi (10.500 Km/12 bulan). Sertifikat jaminan mesin 3 tahun juga menjadi nilai tambah dalam pemilikan Suzuki Shogun 125R.
- e) *Performance*, yaitu kinerja dari produk tersebut dalam menjalankan fungsinya dengan baik. Untuk mempunyai performance yang baik, suatu produk harus dapat bekerja dengan baik dan konsisten. Konsistensi dari produk tersebut dapat diukur jika produk tahan uji dan dapat diandalkan. Hal ini dapat terlihat melalui kinerja dari mesin, transmisi, rangka dan dimensi berat, juga kelistrikan secara keseluruhan.
- f) *Prestige*, yaitu seberapa bagus produk tersebut dapat memberikan perasaan bangga jika konsumen memakai produk tersebut yang langsung dapat terlihat melalui warna dan bentuk stripping pada motor Suzuki Shogun 125R.

#### **I.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas produk sepeda motor Suzuki Shogun 125R ditinjau dari segi dimensi kualitas.
2. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas ditinjau dari jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan.

#### **I.6. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi Perusahaan dan Dealer Sepeda Motor Suzuki.

Melalui penelitian ini suatu dealer dapat mengetahui penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas produk sepeda motor Suzuki Shogun 125R. Perusahaan atau dealer juga dapat mengembangkan strategi promosi dengan lebih melakukan penekanan pada dimensi kualitas terpenting yang menjadi preference atau kesukaan konsumen.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan sarana penerapan ilmu diluar kuliah dan teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan kenyataan yang ada dilapangan serta sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengalaman.

3. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dalam melakukan pengambilan keputusan di dalam pembelian produk sepeda motor ditinjau dari dimensi kualitas.



## **I.7. Hipotesis**

Dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Hipotesis harus diuji kebenarannya atau tidak kebenarannya melalui pengumpulan dan penganalisisan data (Djarwanto PS, 1987, hlm. 13). Dari permasalahan di atas dapat ditarik suatu hipotesis yaitu :

1. Penilaian konsumen terhadap kualitas produk sepeda motor Suzuki Shogun 125R adalah baik.
2. Ada perbedaan penilaian konsumen yang nyata terhadap dimensi kualitas motor ditinjau dari jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan.

## **1.8. Metodologi Penelitian**

### **1.8.1. Tempat Penelitian**

Sesuai dengan batasan masalah yang dikemukakan maka penelitian ini akan dilakukan di Kota Yogyakarta

### **1.8.2. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian yang merupakan sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pemilik dan pengguna sepeda motor Suzuki Shogun125R. Dalam penelitian ini sample yang digunakan sebanyak 100 responden yang merupakan pemilik dan pengguna sepeda motor Suzuki Shogun 125R. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling, yaitu pengambilan sampel dengan alasan atau tujuan tertentu; yaitu sampel diambil dari pemilik dan pengguna Suzuki Shogun 125R saja.

### 1.8.3. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data, yaitu:

- Kuesioner

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara membuat beberapa pertanyaan secara tertulis yang ditujukan kepada responden yang akan diteliti. Kuesioner yang dibuat dalam penelitian ini terdiri dari 2 bagian, bagian I berisi tentang data pribadi responden, bagian II berisi pertanyaan untuk mengukur penilaian responden terhadap dimensi-dimensi kualitas produk Suzuki Shogun R125.

### 1.8.4. Instrumen Pengukuran

Instumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan skala Likert, dimana masing-masing item pertanyaan diberi jumlah dan jenis jawaban yang sama tetapi memiliki bobot jawaban yang berbeda, yaitu :

SS	S	N	TS	STS
5	4	3	2	1

Data yang diperoleh adalah berskala interval sehingga dapat diuji besaran rata-rata atau nilai meannya (Kinneer dan Taylor, 1987)

## I.8.5. Metode Pengujian Instrumen

### 1. Analisis Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur apakah kuesioner yang digunakan sudah valid atau belum serta untuk menunjukkan adanya persesuaian antara alat ukur dengan tujuan yang diukur. Perhitungan validitas menggunakan rumus korelasi *Product Moment Pearson*. (Hadi, 1991: 19).

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - \sum X^2)(N \sum Y^2 - \sum Y^2)}}$$

Dimana :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi setiap pertanyaan

X = nilai dari setiap pertanyaan

Y = nilai dari total setiap pertanyaan

N = banyaknya sample atau responden

Apabila  $r_{hitung}$  lebih besar (>) dari  $r_{tabel}$  maka kuesioner dinyatakan valid.

### 2. Analisis Reliabilitas

Uji Reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Dalam melakukan pengujian reliabilitas ini menggunakan *Koefisien Alpha Cronbach*. Rumus korelasi alpha adalah sebagai berikut ( Sutrisno Hadi, 1991 : 56 ) :

$$r_{tt} = \frac{M}{M-1} \left( V_y - \frac{V_x}{V_y} \right) = \frac{M}{M-1} \left( 1 - \frac{V_x}{V_y} \right)$$

Dimana :

$V_x$  : variasi butir – butir

$V_y$  : variasi total ( faktor )

$M$  : jumlah butir

Derajat bebas (db) untuk menguji signifikansi  $r_{tt} = db = N-2$ , dimana  $N$  adalah jumlah sampel. Taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05

Apabila  $r_{tt}$  hitung  $> r_{tt}$  tabel, maka berarti kuesioner tersebut sebagai alat pengukur dalam penelitian ini telah memenuhi syarat keandalan atau reliabel. Tetapi jika  $r_{tt}$  hitung  $\leq r_{tt}$  tabel, maka kuesioner tersebut sebagai alat pengukur dalam penelitian ini tidak memenuhi syarat keandalan atau tidak reliabel.

## **I.8.6. Metode Analisis Data**

### **1. Analisis Persentase**

Analisis persentase akan digunakan untuk menganalisa frekuensi distribusi relatif, dalam hal ini data dibagi dalam beberapa kelompok dan dinyatakan dalam bentuk persentase. Konsumen yang memiliki dan menggunakan sepeda motor Suzuki Shogun 125R dibagi berdasarkan: jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan. Analisis persentase mempunyai tujuan untuk mengetahui gambaran atau profil konsumen yang memiliki dan menggunakan sepeda motor Suzuki Shogun 125R di Yogyakarta.

Besarnya persentase konsumen yang memiliki dan menggunakan sepeda motor Suzuki Shogun 125R berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat

pendapatan, dan tingkat pendidikan dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X\% = \frac{X}{X+Y} \times 100\%$$

Keterangan :

X = Pria

Y = Wanita

## 2. Analisis Arithmetic Mean

Analisis Mean ini digunakan untuk mengetahui besarnya penilaian konsumen terhadap kualitas produk sepeda motor Suzuki Shogun 125R dengan menghitung setiap dimensi.

$$t = \frac{\sum X_n}{nN}$$

dimana,

t : jumlah skor

n : jumlah responden

N : jumlah butir pertanyaan pada tiap bagian

Setelah hasil perhitungan arithmetic mean diketahui, maka hasil perhitungan kemudian dibandingkan dengan 3 yang merupakan nilai tengah dalam 5 point penilaian pada skala Likert dengan penilaian Netral yang nantinya akan membantu dalam menentukan penilaian konsumen dengan asumsi kurang dari 3 dianggap buruk dan lebih dianggap baik.

### 3.1. Uji One Sample T-test

Test ini dilakukan untuk memperkuat analisis Mean Arithmetic. Alat ini digunakan untuk mengetahui apakah nilai dimensi sama dengan taraf signifikansi 5%. Apabila taraf signifikansi < dari 0.05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

a. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$ : Penilaian responden terhadap dimensi kualitas Shogun 125R tidak baik.

$H_a$  : Penilaian responden terhadap dimensi kualitas Shogun 125R baik.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b. Menentukan daerah penerimaan  $H_0$  dan  $H_a$ , dengan taraf signifikansi

sebesar 0,05 atau 5 % dan derajat bebas  $(N - k) = 98$  maka  $t_{tabel} (5\% ; 98) = 1.9845$

c. Menentukan nilai statistik uji dengan menggunakan program komputer.

Jika probabilitas lebih besar ( $>$ ) 0,05 maka  $H_0$  diterima

Jika probabilitas lebih kecil ( $<$ ) 0,05 maka  $H_0$  ditolak.

### 3.2 . Analisis Independent Sample T Test

Test ini dilakukan untuk menguji suatu hipotesis tentang rata-rata sampel dari 2 populasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang nyata tentang penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas produk sepeda motor Suzuki Shogun 125R jika dilihat dari jenis kelamin responden. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{x_1 - x_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{N_1} + \frac{S_2^2}{N_2}}}$$

dimana

- $x_1$  = nilai mean laki – laki
- $x_2$  = nilai mean perempuan
- $N_1$  = jumlah sampel laki – laki
- $N_2$  = jumlah sampel perempuan
- $S_1$  = varian laki – laki
- $S_2$  = varian perempuan

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

a. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$  : tidak ada perbedaan penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas produk ditinjau dari jenis kelamin

$H_a$  : ada perbedaan penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas produk ditinjau dari jenis kelamin.

Jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b. Menentukan daerah penerimaan  $H_0$  dan  $H_a$ , dengan taraf signifikansi

sebesar 0,05 atau 5 % dan derajat bebas  $(N - k) = 98$  maka  $t$  tabel  $(5\% ; 98) = 1.9845$

c. Menentukan nilai statistik uji dengan menggunakan program komputer.

Jika probabilitas lebih besar  $( > ) 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Jika probabilitas lebih kecil  $( < ) 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

#### 4. Analisis of Variance

Merupakan pengujian data yang terdiri dari 2 variabel. Analisis varian yang digunakan adalah One Way Anova. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan nyata antara penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas produk sepeda motor Suzuki Shogun 125R ditinjau dari usia, jenis pendidikan dan tingkat pendapatan. Untuk melihat apakah ada perbedaan antara penilaian konsumen dengan variabel dimensi kualitas diperlukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan Ho dan Ha

Ho : tidak ada perbedaan penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas produk ditinjau dari usia, jenis pendidikan dan tingkat pendapatan.

Ha : ada perbedaan penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas produk ditinjau dari usia, jenis pendidikan dan tingkat pendapatan.

2. Menentukan daerah penerimaan Ho dan Ha

3. Menentukan nilai statistik uji atau F ratio atau F – Test.

$$F \text{ ratio} = \frac{\text{Variance between sample}}{\text{Variance within sample}}$$

4. Kesimpulan Analisis

Dengan menerapkan uji Beda 2 Rata-Rata dan Oneway Anova, maka hipotesis kedua yang menyatakan ada perbedaan penilaian konsumen ditinjau dari perbedaan usia, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan.



### **I.9. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

**Bab I : Pendahuluan.** Pada bagian pendahuluan mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, batasan operasional, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis dan sistematika pembahasan.

**Bab II : Landasan Teori.** Berisi teori-teori yang berhubungan dengan masalah pemasaran khususnya yang berkaitan dengan dimensi kualitas produk terhadap keputusan dan pembelian yang dibuat konsumen.

**Bab III : Metodologi Penelitian.** Bagian ini membahas metode yang digunakan dalam penelitian. Metode tersebut antara lain: bentuk penelitian, tempat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, teknik pengujian instrumen, metode analisis data.

**Bab IV : Analisis Data.** Bagian ini mengolah dan menganalisis data-data yang diperoleh dan dikumpulkan dari penelitian di lapangan serta penafsiran hasil analisis data berdasarkan Analisis Persentase, Arithmetic Mean, Uji T (One Sample T test dan Independent Sample T Test) dan Anova.

**Bab V : Kesimpulan dan Saran.** Bagian penutup yang mencakup kesimpulan mengenai hasil penelitian dan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.