

**ANALISIS STRATEGI KOMPETITIF PADA SEPEDA MOTOR MEREK
HONDA (SUPRA X), YAMAHA (YUPITER Z) DAN SUZUKI (SHOGUN
125 R) MENGGUNAKAN MODEL MATRIKS KONSUMEN UNTUK
MENCIPTAKAN KEPUASAN KONSUMEN DI KECAMATAN
GANDOMANAN YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh:

RR. LAKSMI CAHYAWATI GANI

No. MHS : 08085/EM

NPM : 095 03 08085

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Januari 2006**



**ANALISIS STRATEGI KOMPETITIF PADA SEPEDA MOTOR MEREK
HONDA (SUPRA X), YAMAHA (YUPITER Z) DAN SUZUKI (SHOGUN
125 R) MENGGUNAKAN MODEL MATRIKS KONSUMEN UNTUK
MENCIPTAKAN KEPUASAN KONSUMEN DI KECAMATAN
GANDOMANAN YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

Disusun Oleh:

RR. LAKSMI CAHYAWATI GANI

No. MHS : 08085/EM

NPM : 095 03 0805

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Januari 2006**

**ANALISIS STRATEGI KOMPETITIF PADA SEPEDA MOTOR MEREK
HONDA (SUPRA X), YAMAHA (YUPITER Z) DAN SUZUKI (SHOGUN
125 R) MENGGUNAKAN MODEL MATRIKS KONSUMEN UNTUK
MENCIPTAKAN KEPUASAN KONSUMEN DI KECAMATAN
GANDOMANAN YOGYAKARTA**

Disusun Oleh:

RR. LAKSMI CAHYAWATI GANI

No. MHS : 08085/EM

NPM : 95 03 08085

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



(Ign. Sukirno, Drs.,MS)

Yogyakarta, Desember 2005

SKRIPSI


**ANALISIS STRATEGI KOMPETITIF PADA SEPEDA MOTOR MEREK
HONDA (SUPRA X), YAMAHA (YUPITER Z) DAN SUZUKI (SHOGUN
125 R) MENGGUNAKAN MODEL MATRIKS KONSUMEN UNTUK
MENCIPTAKAN KEPUASAN KONSUMEN DI KECAMATAN
GONDONANAN YOGYAKARTA**

**Yang disiapkan dan disusun oleh :
RR. LAKSMI CAHYAWATI GANI
NPM : 95 03 08085**

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 11 Januari 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


(Ign. Sukirno, Drs., Ms)

Anggota Panitia Penguji


(Drs. A. Dedy Handrimurtjahjo, MBM)


(Budi Suprarto, Dr. MBA)

Yogyakarta, 11 Januari 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



(Dr. FX. Suwanto, M.S.)
**FAKULTAS
EKONOMI**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS STRATEGI KOMPETITIF PADA SEPEDA MOTOR MEREK HONDA (SUPRA X), YAMAHA (YUPITER Z) DAN SUZUKI (SHOGUN 125RR) MENGGUNAKAN MODEL MATRIKS KONSUMEN UNTUK MENCIPTAKAN KEPUASAN KONSUMEN DI KECAMATAN GONDOMANAN YOGYAKARTA.

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/ catatan kaki/ daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Desember 2005

Yang menyatakan



Rr. Laksmi Cahyawati Gani

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus yang telah melimpahkan Kasih dan AnugrahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : Analisis Strategi Kompetitif Pada Sepeda Motor Merek Honda (Supra X), Yamaha (Yupiter Z) dan Suzuki (Shogun 125R) Menggunakan Model Matriks Konsumen untuk Menciptakan Kepuasan Konsumen di Kecamatan Gondomanan Yogyakarta. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi program studi Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan yang berharga ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Ign. Sukirno, Drs.,MS selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktunya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis.
2. Bapak dan Ibu dosen FE UAJY yang telah banyak membantu selama perkuliahan.
3. Segenap staf dan seluruh karyawan FE UAJY atas bantuannya selama ini.
4. Papi, mami, Koko Yoyo dan Ci Lena, Koko Totok dan Ci Merry, Ci Vitri dan Ko Chris, dan semua krucil-krucil ku yang selalu membuatku

tetap bersemangat. Terimakasih atas semua cinta, doa dan dukungan yang diberikan bagi penulis.

5. Spesial buat Suamiku Mario Januar yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dan untuk calon Buah Hati Kami yang akan lahir di semester dua tahun ini.
6. Teman-teman TUPPERWARE PT. SENTOSA AGUNG SURYATAMA. Supadi 9 Kotabaru Yogyakarta : Lisa, Ci Iin, Mbak Wuri, Eka, Lina, Dian, Rohmat, dan Mas Supri yang selalu mengantar keliling kota.
7. Teman-teman PDKK RHEMA: Monika, Joyce dan Arfan, dan semua teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu buat semua doa yang diberikan buat penulis.
8. Teman-teman di UAJY: Mera meskipun kita baru dekat, tetapi kau memberikan semangat untuk kita bisa sama-sama menyelesaikan skripsi ini, semua teman-teman seperjuangan, saudara-saudara di Jogja dan teman-teman yang lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu serta semua pihak yang telah banyak membantu penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Pada akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Semoga berkat dan kasih karunia Tuhan selalu beserta kita sekarang dan selamanya.

Yogyakarta , 15 Desember 2005

Penulis

serviens in lumine veritaci

Kupersembahkan skripsi ini untuk :

☆ Tuhan Yesus

☆ Papi Gani, & Mami

☆ Papi & Mami Mertua

☆ Drg.Yoyo Suchahyo Gani & Kelg

☆ Vitri Andriani Gani, SH. MBA & Kelg

☆ Ir.Totok Gani & Kelg

☆ Suamiku, Mario Januar.SE

☆ Calon Buah Hati Kami

☆ Anda

MOTTO

Aku Menyangka dalam Kebingunganku :

“ Aku telah terbang dari hadapan mata-Mu “

**Tetapi sesungguhnya Engkau mendengarkan suara permohonanku,
Ketika aku berteriak minta tolong (Mazmur 31:23)**

*ORANG MASA LALU adalah orang yang punya ingatan kuat tentang kesulitan dan kegagalan,
ORANG MASA DEPAN melihat dengan jelas apa yang bisa diraih dalam gambaran mental pikirannya*

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Halaman Persembahan Dan Moto	vi
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Intisari.....	xiv
BABI PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Metode Penelitian.....	10
1.6.1. Populasi.....	10
1.6.2. Metode Pengambilan Sampel.....	10
1.6.3. Metode Pengumpulan Data.....	11
1.6.4. Metode Pengukuran Data	12
1.6.5. Metode Pengujian Instrumen	13
a. Analisis Validitas	13
b. Analisis Reliabilitas	13
1.6.6. Metode Analisis Data	15
1. Analisis Prosentase	15
2. Analisis Matriks Konsumen	15
3. Analisis Perengkingan	21
1.7. Sistematika Penulisan	21

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pemasaran	23
1. Manajemen Pemasaran.....	24
2. Falsafah Manajemen Pemasaran	26
3. Konsep Pemasaran	28
2.2. Segmentasi Pasar (<i>Segmentation</i>)	30
1. Definisi Segmentasi Pasar	30
2. Manfaat Penggunaan Segmentasi Pasar	31
3. Persyaratan Segmentasi Yang Efektif	32
2.3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	32
2.4. Strategi Kompetitif	35
2.5. Matriks Konsumen	41

BAB III. GAMBARAN PRODUK

3.1. Sepeda Motor Honda (Supra X)	48
3.2. Sepeda Motor Yamaha (Yupiter Z).....	50
3.3. Sepeda Motor Suzuki (Shogun 125R)	52

BAB IV. ANALISIS DATA

4.1. Hasil Pengujian Instrumen.....	56
4.1.1. Analisis Validitas	56
4.1.2 Analisis Reliabilitas	57
4.2. Karakteristik Responden	58
4.3. Analisis Matriks Konsumen	62
4.3.1 Analisis Persepsi Harga (<i>Perceived Price</i>).....	62
4.3.2. Analisis Tingkat Kepentingan <i>Perceived Use Value</i>	65

4.4. Analisis Persepsi Nilai Guna.....	69
4.4.1 Analisis Persepsi Nilai Guna Sepeda Motor	
Honda (Supra X)	70
4.4.2 Analisis Persepsi Nilai Guna Sepeda Motor	
Yamaha (Yupiter Z)	72
4.4.3 Analisis Persepsi Nilai Guna Sepeda Motor	
Suzuki (Shogun 125R)	76
4.5. Analisis Kepuasan Konsumen	78
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1. Dimensi Global dan Dimensi Detail.....	8
Tabel 2.1. Strategi Pangsa Pasar	36
Tabel 3.1. Spesifikasi Sepeda Motor Merek Honda (Supra X)	49
Tabel 3.2. Spesifikasi Sepeda Motor Merek Yamaha (Yupiter Z).....	51
Tabel 3.3. Spesifikasi Sepeda Motor Merek Suzuki (Shogun 125 R).....	53
Tabel 4.1. Hasil Perhitungan Korelasi <i>Product Moment</i>	57
Tabel 4.2. Hasil Reliabilitas	57
Tabel 4.3. Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 4.4. Usia Responden.....	59
Tabel 4.5. Pekerjaan Responden.....	59
Tabel 4.6 Penghasilan Responden.....	60
Tabel 4.7. Pendidikan Responden	61
Tabel 4.8. Merek Sepeda Motor Yang Dipakai Responden.....	61
Tabel 4.9. Lama Penggunaan Sepeda Motor.....	62
Tabel 4.10. Persepsi Harga Honda (Supra X)	63
Tabel 4.11 Persepsi Harga Yamaha (Yupiter Z)	63
Tabel 4.12 Persepsi Harga Suzuki (Shogun 125R).....	64
Tabel 4.13 Persepsi Harga (<i>Perceived Price</i>).....	64
Tabel 4.14 Persepsi Tingkat Kepentingan Dimensi Global	66
Tabel 4.15 Tingkat Kepentingan Persepsi Nilai Guna	68
Tabel 4.16 Persepsi Nilai Guna Honda (Supra X)	71

Tabel 4.17 Persepsi Nilai Guna Yamaha (Yupiter Z).....	74
Tabel 4.18 Persepsi Nilai Guna Suzuki (Shogun 125R).....	77
Tabel 4.19 Kepuasan Konsumen	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model <i>Porter's Generic Strategy</i>	38
Gambar 2.2. Model <i>Strategic Clock</i>	39
Gambar 2.3. Model Matriks Konsumen	41



**ANALISIS STRATEGI KOMPETITIF PADA SEPEDA MOTOR MEREK
HONDA (SUPRA X), YAMAHA (YUPITER Z), DAN SUZUKI (SHOGUN
125R) MENGGUNAKAN MODEL MATRIKS KONSUMEN UNTUK
MENCIPTAKAN KEPUASAN KONSUMEN DI KECAMATAN
GANDOMANAN YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :

Rr. Laksmi Cahyawati Gani

NPM : 95 03 08085

Pembimbing Utama

Ign. Sukirno, Drs.,MS

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Kompetitif pada sepeda motor merek Honda (Supra X), Yamaha (Yupiter Z) dan Suzuki (Shogun 125R) menggunakan model Matriks Konsumen untuk menciptakan Kepuasan Konsumen di Kecamatan Gondomanan Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) kajian literatur, (2) kuesioner dan (3) wawancara.

Ada beberapa hal penting yang didapat dari penelitian ini. Pertama, untuk mengetahui Strategi Kompetitif dengan Model Matriks Konsumen yaitu: Mengidentifikasi Persepsi Price (PP), dan mengidentifikasi Persepsi Use Value (PUV). Kedua, Untuk menentukan Kepuasan Konsumen yaitu Dengan Mengukur pada setiap Dimensi Global Dan Dimensi Detail masing-masing merek sepeda motor.

Kata Kunci : Strategi Kompetitif, Matriks Konsumen, Kepuasan Konsumen, Perceived Price (PP), Perceived Use Value (PUV), Dimensi Global Dan Dimensi Detail.