

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP SEPEDA MOTOR
MEREK HONDA BEAT DI KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA**

Oleh : Mardiana

Dosen Fakultas Ekonomi Untag 1945 Samarinda

=====

ABSTRAK

The aim of this research is to know the perception of the consumer of the motorcycle of Honda Trade Mark in Kutai Kartanegara. This research is held in 3 months in . Kutai Kartanegara. The data collection by : *Field Work Research* by observing and giving questioners., *Library Research*). The analysis of the data is by Arithmetic Mean; and Chi Square Test.

The results of the research are :

1. The average rate of the consumers is that they like the ones which thin body, easily to ride, good striping, efficient and the high sale value. The Honda Beat is good enough.
2. The value of the consumer perception is < than Chi value degrees table (10,597) There is no difference between man and womn towards Honda Beat.

Keywords : Consumer, Honda- Beat, Motor – cycle, Perception

PENDAHULUAN

Di Indonesia merupakan salah satu negara utama penjualan pabrikan kendaraan roda dua. Salah satunya pabrikan motor asal Jepang, khususnya merk Honda dengan berbagai macam variannya. Salah satu kabupaten di Indonesia yaitu Kutai Kartanegara yang berada di Provinsi Kalimantan Timur merupakan pangsa pasar pabrikan kendaraan roda dua. Masyarakat dengan latar belakang yang heterogen seperti geografis, pendidikan, pekerjaan dan lain-lain. Dengan keanekaragaman masyarakat tersebut menyebabkan pandangan atau persepsi masyarakat terhadap sesuatu akan beragam pula.

Oleh karena itu bagi perusahaan, citra dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Persepsi seseorang terhadap perusahaan atau produk didasari atas apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang perusahaan atau produk yang bersangkutan. Oleh karena itu citra sebuah perusahaan atau produk yang sama dapat berbeda di mata dua orang yang berbeda.

Bagi produk yang memiliki citra atau reputasi yang baik merupakan faktor yang sangat penting karena citra yang baik akan memberikan berbagai macam manfaat. Produk yang baik akan mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut, mempertinggi kemampuan bersaing, menghambat masuknya pesaing dalam industri, serta mendorong semangat kerja para karyawan.

Salah satu hal yang harus dilakukan perusahaan, para pengusaha dan manajemen perusahaan adalah menjaga jangan sampai karena berbagai macam sebab mayoritas anggota masyarakat mempunyai persepsi yang salah tentang suatu produk yang dihasilkan, karena hal itu dapat merugikan perusahaan. Disamping itu hendaknya diupayakan agar persepsi masyarakat terhadap produk yang dihasilkan tidak jauh menyimpang dari apa yang diharapkan.

Tidak sedikit merek produk yang dihasilkan perusahaan begitu kuat citranya dihati konsumen. Konsumen bahkan tidak pernah memikirkan siapa produsen produk tersebut. Keputusan konsumen membeli atau menyewa barang atau jasa sangat dipengaruhi oleh citra merek produk. Bagi perusahaan dalam membangun citra baik produk sangat diperlukan, hal itu disebabkan citra baik tidak hanya diperlukan sebagai sarana untuk mendukung keberhasilan pemasaran produk.

Citra relatif sulit untuk dibentuk dalam jangka pendek dan melibatkan beberapa unsur di dalamnya. Salah satu yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mencari dan menggunakan produk atau jasa yakni produk dan jasa yang bercitra baik terlebih untuk produk-produk yang berisiko tinggi.

Saat ini revolusi di bidang otomotif khususnya sepeda motor begitu cepat, sehingga pada saat ini muncul motor tanpa perseneling yang dikenal dengan istilah *Jetmatic*. Salah satunya adalah sepeda motor merek Honda dengan varian Beat.

Sepeda motor Honda Beat mempunyai ciri yang menonjol seperti body yang ramping, mudah dikendarai, striping yang menawan, irit bahan bakardan harga jual kembali yang tinggi. Sepeda motor tersebut dirancang dengan desain motor sporty modern berfungsi menahan air, desain lampu depan ultra sporty dengan lampu yang lebih cerah dan terang sehingga aman untuk berkendara di malam hari, speedometer sporty memudahkan pengendara membaca informasi kecepatan, jaraktempuh, indikator bensin dan lampu sein, *parking break* berfungsi sebagai rem tangan, mencegah motor motor loncat saat mesin dinyalakan, lebih praktis dan aman saat parkir tanjakan, dengan *side stand swith* (standar samping) sehingga mesin tidak dapat dihidupkan ketika fitur ini digunakan, menjamin keamanan optimal bagi pengendara saat lupa menaikkan standar samping.

Sepeda motor Honda Beat adalah pengembangan dari Sepeda motor Honda Vario yang lebih diperuntukkan untuk kaum wanita, namun tidak sedikit dari kaum pria yang menggunakan Sepeda motor Honda Beat. Sebagai gambaran, sampai bulan february 2013 penjualan mencapai 50% pangsa pasaryang berarti 5000-7000 honda beat yang terjual dengan demikian penulis tertarik mengambil judul untuk peneitian sebagai berikut "Persepsi Konsumen sepeda motor merek Honda Beat di Kutai Kartanegara."

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui persepsi konsumen sepeda motor merk Honda Beat di kutai kartanegara.

METODE PENELITIAN

A. *Definisi Operasional*

Pengertian tentang penelitian ini maka diberikan definisi operasional sebagai berikut :

1. Merek sepeda motor matic yang menjadi obyek penelitian ini adalah sepeda motor Honda Beat.
2. Penilaian persepsi masyarakat terhadap sepeda motor Honda Beat dilihat dari body yang ramping, mudah dikendarai, striping yang menawan, irit bahan bakar dan harga jual kembali yang tinggi dengan penilaian dari sangat baik (skor 5) sampai tidak baik (skor 1).

B. *Waktu dan Tempat*

Penelitian dilaksanakan selama 3 bulan di daerah Kabupaten Kutai Kartanegara.

C. Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah : (1) gambaran umum daerah penelitian, (2) varian sepeda motor merek Honda Bea, dan (3) tabulasi hasil kuisioner berdasarkan skala Likert yang telah ditetapkan yaitu : sangat baik (skor 5), baik (skor 4), cukup baik (skor 3), kurang baik (skor 2), dan tidak baik (skor1).

Pengumpulan data dilakukan melalui : (1) penelitian lapangan (*Field Work Research*) melalui observasi dan kuisioner. Dan penelitian pepustakaan (*Library Research*)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakatkutai kartanegara yang membeli sepeda motor Honda Beat.
2. Sampel yang diteliti sebanyak 60 responden (25 orang pria dan 35 orang wanita). Penetapan sebanyak 60 sampel ini karena jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti namun diyakini cukup banyak. Sedangkan metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah metode *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan / isidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiono, 2004 : 96)

E. Analisis data

1. Untuk menilai rata-rata persepsi masyarakat terhadap sepeda motor Honda Beat adalah Arithmetic Mean (Fandy Tjiptono, 2000 : 93).
2. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan persepsi masyarakat dilihat dari jenis kelaminnya digunakan Chi Square Test (Freddr Rangkuti, 2003 : 141). Jika $\chi^2\text{-hitung} < \chi^2\text{-tabel}$, maka H_0 diterima yang berarti hipotesis penelitian ditolak yang berarti tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen dilihat dari jenis kelaminnya terhadap sepeda motor Honda Beat. Sedangkan jika $\chi^2\text{-hitung} > \chi^2\text{-tabel}$ H_1 diterima, yang berarti hipotesis penelitian diterima yang berarti terdapat perbedaan persepsi konsumendilihat dari jenis kelaminnya terhadap sepeda motor Honda Beat di Kutai Kartanegara.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Motor Honda Di Indonesia

Salah satu dari merek sepeda motor yang terkenal adalah sepeda motor merek Honda. Sepeda motor merek Honda pertama kali masuk di Indonesia pada tahun 1965 yang diimpor dari Jepang, namun mulai dikenal masyarakat secara luas pada tahun 1969 pada waktu Pemilihan Umum Pertama karena digunakan sebagai motor pemilu yang digunakan oleh para Camat se Indonesia. Bersamaan dengan masuknya motor Honda di Indonesia juga sepeda motor merek Suzuki dan Yamaha, sedangkan untuk motor merek Kawasaki mulai dikenal pada tahun 1975. Selain motor-motor tersebut dikenal pula motor buatan Amerika Serikat yakni Harley Davidson dan beberapa merek motor buatan Eropa seperti BMW, BSA, BSW, Ducati, Vespa yang keberadaannya di Indonesia lebih dulu dibandingkan dengan sepeda motor yang berasal dari Jepang, kemudian masuk beberapa merek motor buatan Cina dan Taiwan serta Korea yang mulai masuk pasaran Indonesia pada dekade tahun 2000an. Namun pada saat ini yang paling banyak terlihat di jalan-jalan adalah sepeda motor dengan merek – merek: Honda, Yamaha, Suzuki dan Kawasaki.

Sepeda motor merek Honda adalah sepeda motor yang sudah cukup lama dikenal, keunggulan-keunggulan yang ditonjolkan oleh sepeda motor merek Honda adalah ramah lingkungan karena menggunakan mesin 4 Tak sehingga emisi gas buangnya tidak pekat, memberikan jaminan mesin 3 tahun, irit bahan bakar, pelayanan purna jual (layanan servis) yang tersedia, harga yang relatif murah dan nilai jual yang lebih baik. Merek motor Honda mempunyai beberapa varian merek seperti: Supra, Tiger, GL Pro, GL Max, Win, Kharisma, Kirana, Supra Fit, Supra XX, motor *jet matic* Honda Vario dan lain-lain sebagainya dan terakhir ini diperkenalkan motor *jet matic* yang diberi nama dan Honda Beat.

B. Spesifikasi Teknis Sepeda Motor Honda Beat

Sepeda motor Honda Beat pertama kali *di release* (diluncurkan) pada pasar sepeda motor Indonesia tahun 2008. Sepeda motor Honda Beat mengusung tema :*Experience Get The Beat Be Idol*, Duniamu, Benar-Benar Skuter-matik sesungguhnya. Spesifikasi teknis sepeda motor Honda Beat disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Spesifikasi Teknis Sepeda Motor Honda Beat

Panjang x lebar x tinggi	1.859 x 676 x 1.053 mm.
Jarak sumbu roda	1.240 mm.
Jarak terendah ke tanah	156 mm.
Berat kosong	89,3 kg
Tipe rangka	Tulang punggung
Tipe suspensi depan	Teleskopik
Tipe suspensi belakang	Lengan ayun dengan sokbreker tunggal
Ukuran ban depan	80/90-14 M/C 40P
Ukuran ban belakang	90/90-14 M/C 46P
Rem Depan	Cakram hidrolik, dengan piston tunggal
Rem Belakang	Tromol
Kapasitas tangki bahan baker	3,5 liter
Tipe mesin	4 langkah, SOHC
Sistem Pendinginan	Pendinginan dengan piston tunggal
Diameter x langkah	50 x 55 mm.
Volume langkah	108 cc.
Perbandingan kompresi	9,2 : 1
Daya maksimum	8,22 PS / 8.000 rpm
Torsi maksimum	0,85 kgf.m / 5.500 rpm.
Kapasitas minyak pelumas mesin	0,7 liter pada penggantian periodic Otomatis,
Kopling	sentrifugal, tipe kering
Transmisi	Otomatis, V-Matic
Starter	Electric & kick starter
Aki	MF battery, 12 V – 3,5 Ah.
Busi	ND U 24 EPR9, NGK CPR8 EA-9
Sistem pengapaaian	DC – CDI, Battery
Karburator	VK22 x 1
Lampu depan	12V 32W x 1
Lampu senja	12V 3,4 W x 1

Sumber : CV Semoga jaya

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengumpulan data terhadap 60 responden yang terdiri atas 35 orang wanita (58%) dan 25 orang pria (42%). Pengelompokkan responden berdasarkan umur yaitu : 31 orang atau 52% (berumur 18-27 tahun), 19 orang atau 32% (berumur 28-35 tahun), dan 10 orang atau 16 % (berumur > 35 tahun). Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa segmen pasar sepeda motor Honda Vario berada pada konsumen yang berumur antara 18-27 tahun dengan pangsa pasar sebesar 52%.

Pengelompokkan responden berdasarkan pekerjaan yaitu : 5 orang responden (8%) berstatus pelajar dan mahasiswa; 24 orang atau 40% responden bekerja sebagai PNS; 17 orang (28 %) responden bekerja sebagai karyawan swasta; 8 responden (13%) berprofesi sebagai pengusaha dan 6 responden (10%) responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga. Berdasarkan data bahwa segmen pasar berdasarkan jenis pekerjaan untuk sepeda motor Honda beat adalah untuk PNS dan karyawan swasta dengan pangsa pasar sebesar 41 orang (68%).

Berdasarkan hasil pengumpulan data terhadap 60 responden menunjukkan bahwa jawaban terhadap indikator sepeda motor Beat yang meliputi :body yang ramping, mudah dikendarai, striping menawan, irit bahan bakar, dan harga jual tinggi disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Penilaian Konsumen terhadap Beberapa Indikator Sepeda Motor Honda Beat

PRIA					
Penilaian	Body Ramping	Mudah Dikendarai	Striping Menawan	Irit Bahan Bakar	Harga Jual Tinggi
Sangat setuju	4 (16,00%)	8 (32,00%)	12 (48,00%)	5 (20,00%)	7 (28,00%)
Setuju	15 (60,00%)	13 (52,00%)	7 (28,00%)	8 (32,00%)	9 (36,00%)
Cukup setuju	6 (24,00%)	4 (14,00%)	6 (24,00%)	7 (28,00%)	7 (28,00%)
Kurang setuju	0 (0,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)	5 (20,00%)	2 (8,00%)
Tidak setuju	0 (0,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)

Jumlah	25 (100,00%)	25 (100,00%)	25 (100,00%)	25 (100,00%)	25 (100,00%)
WANITA					
Penilaian	Body Ramping	Mudah Dikendarai	Striping Menawan	Irit Bahan Bakar	Harga Jual Tinggi
Sangat setuju	12 (34,20%)	8 (22,80%)	14 (40,00%)	6 (17,10%)	9 (25,70%)
Setuju	15 (42,90%)	17 (48,60%)	16 (45,70%)	10 (28,60%)	9 (25,60%)
Cukup setuju	8 (22,90%)	10 (28,30%)	5 (14,30%)	14 (40,00%)	7 (20,00%)
Kurang setuju	0 (0,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)	5 (14,30%)	10 (28,60%)
Tidak setuju	0 (0,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)
Jumlah	35 (100,00%)	35 (100,00%)	35 (100,00%)	35 (100,00%)	35 (100,00%)

Sumber : Hasil Penelitian (Diolah)

Berdasarkan data hasil penelitian (observasi) pada Tabel 2 di atas, selanjutnya dilakukan penilaian ekspektasi terhadap indikator sepeda motor Beat yang meliputi : body yang ramping, mudah dikendarai, striping menawan, irit bahan bakar, dan harga jual tinggi disajikan pada Tabel 3. Nilai ekspektasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

dimana : $\sum X_i$ = jumlah skor penilaian dan n = jumlah sampel

Tabel 3. NilaiEkspektasi Konsumen terhadap Beberapa Indikator Sepeda Motor Honda Beat

PRIA					
Penilaian	Body Ramping	Mudah Dikendarai	Striping Menawan	Irit Bahan Bakar	Harga Jual Tinggi
Sangat setuju	6,70	6,70	10,80	4,60	6,70
Setuju	12,50	12,50	9,60	7,50	7,50
Cukup setuju	5,80	5,80	4,60	8,80	5,80
Kurang setuju	0,00	0,00	0,00	4,20	5,00
Tidak setuju	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Jumlah	25	25	25	25	25
WANITA					
Penilaian	Body Ramping	Mudah Dikendarai	Striping Menawan	Irit Bahan Bakar	Harga Jual Tinggi
Sangat setuju	9,30	9,30	15,20	6,40	9,30
Setuju	17,50	17,50	13,40	10,50	10,30
Cukup setuju	8,20	8,20	5,00	12,30	8,20
Kurang setuju	0,00	0,00	0,00	5,80	7,00
Tidak setuju	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Jumlah	35	35	35	35	35,00

Sumber : Hasil Penelitian (Diolah)

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan hal-hal sebagai berikut: rata-rata hitung indikator sepeda motor Honda Beat body ramping sebesar 4,03 jika dibandingkan dengan 3 (cukup baik) maka nilai rata-rata skor sepeda motor Honda Beat body yang ramping sebesar 4,03 > dari 3, ini menunjukkan bahwa dilihat dari indikator body yang ramping, persepsi konsumen tergolong baik.

Rata-rata hitung indikator sepeda motor Honda Beat mudah dikendarai sebesar 4,03 jika dibandingkan dengan 3 (cukup baik) maka nilai rata-rata skor sepeda motor Honda Beat mudah dikendarai sebesar 4,03 > dari 3, ini menunjukkan bahwa dilihat dari indikator mudah dikendarai, persepsi konsumen tergolong baik.

Rata-rata hitung indikator sepeda motor Honda Beat striping yang menawan sebesar 4,25 jika dibandingkan dengan 3 (cukup baik) maka nilai rata-rata skor sepeda motor Honda Beat striping yang menawan sebesar 4,25 > dari 3, ini menunjukkan bahwa dilihat dari indikator striping yang menawan, persepsi konsumen tergolong baik.

Rata-rata hitung indikator sepeda motor Honda Beat irit bahan bakar sebesar 3,5 jika dibandingkan dengan 3 (cukup baik) maka nilai rata-rata skor sepeda motor Honda Beat irit bahan bakar sebesar 3,5 > dari 3, ini menunjukkan bahwa dilihat dari indikator irit bahan bakar, persepsi konsumen tergolong baik.

Rata-rata hitung indikator sepeda motor Honda Beat harga jual yang tinggi sebesar 3,63 jika dibandingkan dengan 3 (cukup baik) maka nilai rata-rata skor sepeda motor Honda Beat harga jual yang tinggi sebesar 3,63 > dari 3, ini menunjukkan bahwa dilihat dari indikator harga jual yang tinggi, persepsi konsumen tergolong baik.

Nilai rata-rata hitung semua indikator > 3, hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap sepeda motor Honda beat adalah baik, dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi masyarakat terhadap sepeda motor merek Honda Beat di Kabupaten Kutai Kartanegara dilihat dari indikator body yang ramping, mudah dikendarai, striping yang menawan, irit bahan bakar, dan harga jual kembali yang tinggi (cukup baik) adalah diterima.

Setelah nilai ekspektasi diketahui, selanjutnya dilakukan perhitungan/analisis chi kuadrat (χ^2 hitung) untuk mengetahui apakah ada perbedaan penilaian responden terhadap indikator sepeda motor Honda Beat dengan menggunakan rumus :

$$\chi^2 = \sum [(O_{ij} - E_{ij})^2 / E_{ij}]$$

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai chi kuadrat dari indikator bodynya yang ramping sebesar 2,694, dan nilai chi kuadrat tabel dengan tingkat kepercayaan 95 % sebesar 10,597. Ini berarti bahwa nilai Chi kuadrat hitung (2,694) < dari nilai Chi kuadrat tabel (10,597) yang berarti bahwa penilaian konsumen terhadap indikator bodynya yang ramping tidak ada perbedaan. Hal ini dapat diterima sebenarnya untuk kaum pria telah ada sepeda motor jet metic Vario, namun karena bodynya yang besar sehingga pria yang badannya kecil lebih memilih sepeda motor Honda Beat dengan body yang lebih ramping. Dengan demikian dilihat dari dengan indikator body yang ramping hipotesisnya ditolak karena tidak ada perbedaan persepsi.

Nilai chi kuadrat dari indikator mudah dikendarai sebesar 1,479, dan nilai nilai chi kuadrat tabel dengan tingkat kepercayaan 95 % sebesar 10,597. Ini berarti bahwa nilai Chi kuadrat hitung (1,479) < dari

nilai Chi kuadrat tabel (10,597) yang berarti bahwa penilaian konsumen terhadap indikator mudah dikendarai tidak ada perbedaan. Hal ini dapat diterima sepeda motor Honda Beat didesain agar mudah dikendarai, sehingga baik pria maupun wanita dengan mudah mengendarai sepeda motor Honda Beat. Dengan demikian dilihat dari indikator mudah dikendarai hipotesisnya ditolak karena tidak ada perbedaan persepsi.

Nilai chi kuadrat dari indikator striping yang menawan sebesar 2,160, dan nilai chi kuadrat tabel dengan tingkat kepercayaan 95 % sebesar 10,597. Ini berarti bahwa nilai Chi kuadrat hitung (2,160) < dari nilai Chi kuadrat tabel (10,597) yang berarti bahwa penilaian konsumen terhadap indikator striping yang menawan tidak ada perbedaan. Hal ini dapat diterima karena sepeda motor Honda Beat didesain dengan striping yang menawan sehingga mengusung tema *Experience Get The Beat Be Idol*, wajar jika baik pria maupun wanita dengan menganggap bahwa sepeda motor Honda Beat stripingnya menawan. Dengan demikian dilihat dari indikator striping yang menawan hipotesisnya ditolak karena tidak ada perbedaan persepsi.

Nilai chi kuadrat dari indikator irit bahan bakar sebesar 1,008 dan chi kuadrat tabel dengan tingkat kepercayaan 95 % sebesar 12,38. Ini berarti bahwa nilai Chi kuadrat hitung (1,008) < dari nilai Chi kuadrat tabel (12,38) yang berarti bahwa penilaian konsumen terhadap indikator irit bahan bakar tidak ada perbedaan. Hal ini dapat diterima sepeda motor merek Honda sudah dari dulu dikenal dengan irit bahan bakar, sehingga wajarlah jika konsumen menilai sepeda motor Honda Beat irit bahan bakar. Dengan demikian dilihat dari indikator irit bahan bakar hipotesisnya ditolak karena tidak ada perbedaan persepsi.

Nilai chi kuadrat dari indikator harga jualnya tinggi sebesar 4,029 dan chi kuadrat tabel dengan tingkat kepercayaan 95 % sebesar 12,38. Ini berarti bahwa nilai Chi kuadrat hitung (4,029) < dari nilai Chi kuadrat tabel (12,38) yang berarti bahwa penilaian konsumen terhadap indikator harga jual yang tinggi tidak ada perbedaan. Hal ini dapat diterima karena sepeda motor Honda Beat dalam pasar penjualan sepeda motor bekas cukup tinggi dibandingkan dengan sepeda motor jet matic lainnya, sehingga wajar jika baik pria maupun wanita dengan menilai sepeda motor Honda Beat mempunyai harga jualnya tinggi. Dengan demikian dilihat dari indikator harga jualnya tinggi hipotesisnya ditolak karena tidak ada perbedaan persepsi.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan persepsi antara pria dan wanita terhadap sepeda motor Honda Beat di Kabupaten Kutai Kartanegara, hal ini didukung dengan data penjualan yang sampai bulan April 2013 telah terjual 3.425 unit sepeda motor Honda beat, di mana 2.144 unit di antaranya dibeli oleh konsumen wanita, dan 1.281 unit lainnya dibeli oleh konsumen pria. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan diduga pula bahwa ada perbedaan persepsi antara pria dan wanita dilihat dari dari body yang ramping, mudah dikendarai, striping yang menawan, irit bahan bakardan harga jual kembali yang tinggi adalah ditolak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut :

3. Nilai rata-rata hitung semua indikator (body yang ramping, mudah dikendarai, striping yang menawan, irit bahan bakar, dan harga jual yang tinggi) > 3, ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap sepeda motor Honda beat adalah baik.
4. Nilai chi kuadrat hitung semua indikator (body yang ramping, mudah dikendarai, striping yang menawan, irit bahan bakar, dan harga jual yang tinggi) < dari nilai chi kuadrat tabel (10,597) yang berarti bahwa tidak ada perbedaan penilaian konsumen pria dan wanita terhadap sepeda motor Honda Beat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari. 2005. *Dasar-Dasar Bisnis dan Pemasaran*, cetakan ke 3, Alfa beta, Bandung.
- Assauri Sofyan, 2004, *Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi*, Edisi 1, Cetakan ketujuh, PT Raja Grafindo Pustaka, Jakarta,
- SwasthaBasu DH . 2005, *Azas-Azas Pemasaran*, Karunia, Jakarta.
- _____, dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*, Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Engel, James F., 2002, *Behavior of Consumer*, Sevent Edition, Macmilla Publishing Co., New York
- _____, F. Roger D. Black Well dan Paul W. Miniard. 2002.. *Prilaku Konsumen* (Alih Bahasa Drs. FX Buditanto) Edisi ke enam. Bina Rupa Aksara Jakarta. .
- Lamb Harles W., Joseph H Hair, Carl Mc Daniel. 2001. *Marketing*. Terjemahan David Octarevia, Salemba Empat, Jakarta
- Kotler, Philip 2002, *Marketing Management* : Prentice Hall, Englewood, New Jersey.
- _____, 2005, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Terjemahan Jaka Wasana, Erlangga, Jakarta.

Rangkuti Fredy, 2001, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan ke delapan, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Sugiyono, 2004, *Statistik Untuk Peneliti*, Cetakan kelima, Alfabeta, Bandung

Sunarto, 2003, *Perilaku Konsumen*, Amus, Jogjakarta.

Supranto. J, 2000. *Teknik Riset Pemasaran Dan Ramalan Penjualan*, edisi 1 Glahlia Indonesia, Jakarta.