

**ANALISIS PERBEDAAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
MOTOR MATIC HONDA SCOOPY TERHADAP DESAIN
PRODUK DAN INOVASI PRODUK**

**(Studi Kasus Pada Pengguna Motor *Matic* Honda Scoopy Di Wilayah
Jakarta Timur)**

***ANALYSIS OF DIFFERENCES IN CONSUMER TRUST OF
MATIC HONDA SCOOPY MOTORCYCLES ON PRODUCT
DESIGN AND PRODUCT INNOVATION***

(Case Study On Matic Honda Scoopy Users In The East Jakarta Area)

Oleh:

Desintya Mukhlis

2018410079

SKRIPSI



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2022

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS PERBEDAAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
MOTOR MATIC HONDA SCOOPY TERHADAP DESAIN
PRODUK DAN INOVASI PRODUK

(Studi Kasus Pada Pengguna Motor *Matic* Honda Scoopy Di Wilayah
Jakarta Timur)

ANALYSIS OF DIFFERENCES IN CONSUMER TRUST OF
MATIC HONDA SCOOPY MOTORCYCLES ON PRODUCT
DESIGN AND PRODUCT INNOVATION

(Case Study On *Matic* Honda Scoopy Users In The East Jakarta Area)

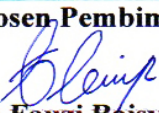
Oleh:


Desintya Mukhlis
2018410079

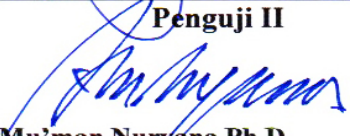
SKRIPSI

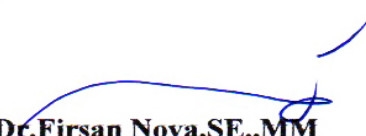
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada Telah disetujui oleh Tim Penguji seperti tertera dibawah ini
Jakarta, 15 Agustus 2022

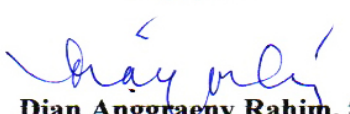
Dr.Firsan Nova,SE.,MM
Dosen Pembimbing


Drs.Fauzi Baisvir,MM
Penguji I


Ellena Nurfazria H.,SE.,MM
Penguji II


Mu'man Nuryana,Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr.Firsan Nova,SE.,MM
Penguji III


Dian Anggraeny Rahim, SE. M.Si
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Desintya Mukhlis

Nim : 2018410079

Jurusan : Manajemen / Pemasaran

Dengan ini menyatakan karya tulis yang dibuat dengan judul “ Analisis Perbedaan Kepercayaan Konsumen Motor Matic Honda Scoopy Terhadap Desain Produk dan Inovasi Produk”. (Studi Kasus Pada Pengguna Motor *Matic* di Wilayah Jakarta Timur) yang dibimbing oleh Bapak Dr.Firsan Nova S.E.,M.M adalah benar merupakan bukti karya tulis murni saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain. Apabila di kemudian hari saya terbukti melanggar, maka saya akan bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 1 Agustus 2022

Yang Membuat Pernyataan



Desintya Mukhlis

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan yang signifikan kepercayaan konsumen dengan membentuk model diskriminan. Kepercayaan Konsumen dibedakan menjadi dua kategori yaitu konsumen percaya dan konsumen tidak percaya. Variabel yang mempengaruhi kepercayaan konsumen adalah desain produk dan inovasi produk. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner melalui *google form* kepada 100 responden pengguna motor *matic* Honda scoopy di wilayah Jakarta Timur. Teknik sampel menggunakan *purposive sampling* dan teknik analisis menggunakan diskriminan.

Hasil penelitian didapat bahwa variabel desain produk dan inovasi produk mempengaruhi kepercayaan konsumen pengguna motor *matic* Honda scoopy di wilayah Jakarta Timur. Hal ini dibuktikan dengan hasil *test of equality of group means* mendapat nilai sig, yang kurang dari 0,05. Desain produk ($0,000 < 0,05$) dan inovasi produk ($0,000 < 0,05$). Hubungan antara inovasi produk terhadap kepercayaan konsumen dikategorikan sangat kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil *Eigenvalues* sebesar 0,658.

Kata kunci: Kepercayaan Konsumen, Desain Produk, Inovasi Produk, Analisis Diskriminan.

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing the significant differences in consumer confidence by forming a discriminant model. Consumer trust is divided into two categories, namely consumers believe and consumers do not believe. Variables that affect consumer confidence are product design and product innovation. The data collection method used was by giving a questionnaire via google form to 100 respondents using Honda Scoopy automatic motorcycles in the East Jakarta area. The sampling technique used purposive sampling and the analysis technique used the discriminant.

The results showed that product design and product innovation variables affect consumer confidence in Honda Scoopy automatic motorcycle users in the East Jakarta area. This is evidenced by the results of the test of equality of group means getting a sig value, which is less than 0.05. Product design ($0.000 < 0.05$) and product innovation ($0.000 < 0.05$). The relationship between product innovation and consumer trust is categorized as very strong. This is evidenced by the results of Eigenvalues of 0.658.

Keywords: Consumer Trust, Product Design, Product Innovation, Discriminant Analysis.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Proposal Skripsi yang berjudul “Analisis Perbedaan Kepercayaan Konsumen Motor Matic Honda Scoopy Terhadap Desain Produk Dan Inovasi Produk (Studi Kasus Pada Pengguna Motor *Matic* Honda Scoopy Di Wilayah Jakarta Timur)”.

Proposal Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib yang ditempuh Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Proposal Skripsi ini banyak memberikan manfaat kepada penulis, baik dari segi akademik maupun tentang non akademik.

Penulis menyadari bahwa dalam mengerjakan Proposal Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya do'a dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

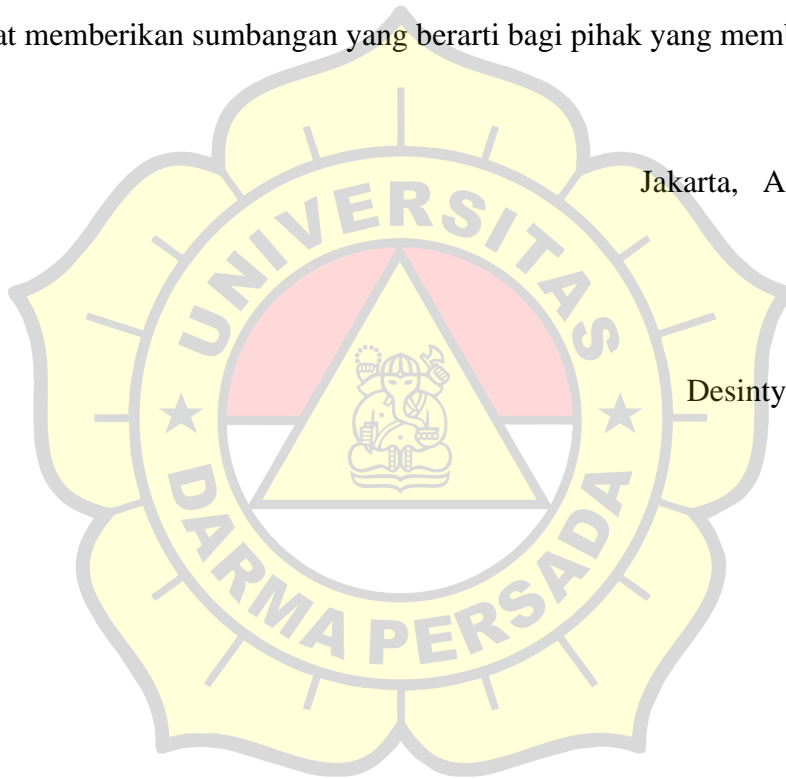
1. Bapak Dr. Firsan Nova selaku dosen pembimbing saya.
2. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Orang tua saya dan keluarga tercinta yang telah memberikan do'a dan dukungan sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dalam proses belajar selama perkuliahan.

6. Seluruh *staff* Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
7. Untuk teman seperjuangan Manajemen Pemasaran Angkatan 2018, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, Terimakasih telah mengisi hari-hari serta bantuannya selama saya menuntut ilmu dibangku kuliah.

Demikian laporan proposal skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Agustus 2022

Desintya Mukhlis



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Pembahasan dan Rumusan Masalah	21
1.1.1 Identifikasi Masalah	21
1.1.2 Pembatasan Masalah	21
1.1.3 Rumusan Masalah	22
1.3 Tujuan Penelitian	22
1.4 Kegunaan Penelitian.....	22
BAB II LANDASAN TEORI, PENELITIAN SEBELUMNYA	
DAN KERANGKA PEMIKIRAN	24
2.1 Kajian Pustaka.....	24
2.1.1 Pemasaran.....	24
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	25
2.1.3 Bauran Pemasara	26
2.2 Produk.....	28
2.3 Desain Produk	31
2.3.1 Demensi Desain Produk	32

2.3.2	Faktor Yang Mempengaruhi Desain Produk.....	33
2.3.3	Parameter Desain Produk	34
2.4	Inovasi	36
2.4.1	Tujuan Inovasi	37
2.5	Inovasi Produk.....	38
2.5.1	Dimensi Inovasi Produk	39
2.5.2	Jenis-Jenis Inovasi Produk	40
2.5.3	Indikator Inovasi Produk	41
2.5.4	Strategi Inovasi Produk	41
2.6	Kepercayaan Konsumen.....	42
2.6.1	Dimensi Kepercayaan Konsumen	43
2.6.2	Elemen Penting Kepercayaan Konsumen	45
2.6.3	Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen	45
2.6.4	Indikator Kepercayaan Konsumen.....	48
2.7	Penelitian Terdahulu.....	49
2.8	Kerangka Pemikiran	56
2.9	Hipotesis Penelitian	58
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	59
3.1	Metode Yang Digunakan.....	69
3.2	Waktu Dan Lokasi Penelitian.....	59
3.3	Operasional Variabel.....	60
3.4	Sumber Data Dan Cara Penentuan Data.....	70
3.4.1	Sumber Dan Jenis Data	70
3.4.2	Populasi Dan Sampel	70
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	73
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.6	Rancangan Analisis Dan Uji Hipotesis	76
3.6.1	Uji Keabsahan Data.....	76

3.6.2 Alat Analisis Data.....	78
-------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN

PEMECAHAN MASALAH 86

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	86
4.1.1 Sejarah Honda Indonesia.....	86
4.1.2 Visi dan Misi Honda Indonesia	87
4.2 Uji Keabsahan Data.....	88
4.2.1 Uji Validitas	88
4.2.2 Uji Reabilitas.....	90
4.3 Karakteristik Responden	91
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	92
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	93
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	93
4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	94
4.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Motor <i>Matic</i> Honda Scoopy Dalam Kurun Waktu 1 Tahun.....	95
4.3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggan	96
4.3.8 Jumlah Responden Yang Mengisi Kuisisioner....	97
4.4 Analisis Data	98
4.4.1 Asumsi Pada Analisis Diskriminan.....	98
4.5 Hasil Uji Penelitian Perbedaan Kepercayaan Konsumen Terhadap Motor Matic Honda Scoopy	

Di Wilayah Jakarta Timur Dengan Metode Analisis	
Diskriminan	101
4.5.1 Variabel Yang Layak Untuk Dianalisis	104
4.5.2 Menguji Varians Dari Setiap Variabel.....	105
4.5.3 Menguji Variabel <i>Entered/Removed</i>	106
4.5.4 Menguji Variabel Yang Signivikan Dalam Penelitian.....	107
4.5.5 Menguji <i>Wilk's Lambda</i>	107
4.5.6 Mengukur Keeratan Hubungan Dalam Analisis Diskriminan.....	108
4.5.7 Hasil Uji Variabel Dominan.....	109
4.5.8 Menguji Tabel <i>Structure Matrix</i>	110
4.5.9 Menguji Fungsi Diskriminan	110
4.5.10 Menguji Ketepatan Model Diskriminan.....	112
4.6 Pemecahan Masalah.....	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	120

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 10 Motor Matic Terbaik Tahun 2021-2022	2
Tabel 1.2 Top Brand Sepeda Motor Matic 2020.....	4
Tabel 1.3 Top Brand Sepeda Motor Matic 2021.....	5
Tabel 1.4 Top Brand Sepeda Motor Matic 2022.....	5
Tabel 1.5 Tabel Komentar Konsumen Motor Matic Honda Scoopy	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	49
Tabel 3.1 Operasional Variabel	60
Tabel 3.2 Skala Likert.....	75
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	76
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Desain Produk	88
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk.....	89
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas	91
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	92
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	92
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	93
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	94
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan ..	95
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Motor <i>Matic</i> Honda Scoopy Dalam Kurun Waktu 1 Tahun	96
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal	97
Tabel 4.11 Jumlah Responden Yang Mengisi Kuisisioner.....	98
Tabel 4.12 Koefisien Kolerasi Normalitas <i>Multivariate</i>	100
Tabel 4.13 <i>Correlation Matrix</i>	101
Tabel 4.14 Kesesuaian Data.....	102
Tabel 4.15 Pengelompokan Sampel.....	103
Tabel 4.16 <i>Test of Equality of Group Means</i>	104
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Box's M</i>	105
Tabel 4.18 Variabel <i>Entered/Removed</i>	106

Tabel 4.19 Variabel <i>Is The Analysis</i>	107
Tabel 4.20 <i>Wilk's Lambda</i>	108
Tabel 4.21 Keeratan Hubungan Variabel.....	108
Tabel 4.22 <i>Standardized Cononical Discriminant Funtion Coefficients</i>	109
Tabel 4.23 <i>Structure Mtrix</i>	110
Tabel 4.24 <i>Cononical Discriminant Function Coefficients</i>	111
Tabel 4.25 Fungsi Diskriminan <i>Fisher</i>	111
Tabel 4.26 Hasil Uji Ketepatan Model Diskriminan	112



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Honda Scoopy Generasi Pertama.....	7
Gambar 1.2 Honda Scoopy Generasi Kedua.....	7
Gambar 1.3 Honda Scoopy Generasi Ketiga	8
Gambar 1.4 Honda Scoopy Generasi Keempat.....	8
Gambar 1.5 Honda Scoopy Generasi Kelima	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	57
Gambar 3.1 Model Alur Analisis Diskriminan	81
Gambar 4.1 Uji Normalitas <i>Multivariate</i>	98

