PERBEDAAN KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO DAN HONDA BEAT DI LINGKUNGAN MAHASISWA FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

SKRIPSI

Nama : **Heriyanto**

Nim : **21 2013 112**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2017

PERBEDAAN KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO DAN HONDA BEAT DI LINGKUNGAN MAHASISWA FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

UntukMemenuhiSalahSatuPersyaratan
MemperolehGelarSarjanaEkonomi

Nama : **Heriyanto**

Nim : **21 2013 112**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangandibawahini :

Nama : Heriyanto

NIM : 21 2013 112

Program Studi : ManajemenPemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apa bila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang, Januari 2017

Penulis,

Heriyanto

FakultasEkonomi Dan Bisnis

UniversitasMuhammadiyah

Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul :Perbedaan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Produk Sepeda Motor Yamaha Mio Dan Honda Beat Di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : Heriyanto

Nim : 1212013112

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Mata KuliahPokok : ManajemenPemasaran

DiterimadanDisahkan

PadaTanggal

Palembang, Agustus2017

Hj. Zuhriyah, S.E., M.Si

NIDN/NBM: 0018105606

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program StudiManajemen

Hj. Maftuhah Nurrahmi,SE.,M.Si

NIDN/NBM:0216057001/673.839

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

"MAN JADDA WAJADA"

Siap bersungguh-sungguh pasti berhasil

"MAN SHABARA ZHAFIRA"

Siapa yang bersabar pasti beruntung

"MAN SARA ALA DARBI WASHALA"

Siapa menapaki jalan-Nya akan sampai ke tujuan

Ku persembahkan untuk :

- Allah SWT yang telah memberikan perlindungan dan ridho-Nya kepadaku serta Nabi Besar Muhammad SAW yang telah menjadi rosul kita. Sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan keadaan sehat walafiat.
- Kedua orang tua ku Ayah ZULFIKAR RITONGA (Alm) ibuku YASMI yang tercinta yang tak pernah lelah memberikan do'a setiap langkahku dengan tulus dan ikhlas, bimbingan, semangat, dukungan baik secara moril maupun meterial untuk keberhasilan dan kesuksesanku
- Kepada Saudara-saudaraku tersayang (Selamet Widodo, Purwanto, Refi Arista) terima kasih atas semuanya, do'a dukungan kebahagiaan motivasi yang tiada henti-hentinya kalian berikan telah membangun ku.
- Saudari ipar ku (Widyawati, Ririn listriyanti) yang selama ini sudah kuanggap seperti saudari kandungku sendiri, yang tidak perna bosan memberiku nasehat serta motivasi untuk selalu berfikir optimis.
- Someone yang telah banyak membantu dan memberikan support dari sebelum dan setelah selesai tahap penulisan skripsi ini.
- Para pendidiku yang ku hormati dan ku sayangi yang tak pernah bosan memberi ilmu kepadaku.

- Sahabatku yang selalu membantu dan memberiku keceriaan, kebahagiaan, tangisan serta suport untuk menyelesaikan setiap tahap penulisan skripsi ini yang sudah S.E
- Teman-teman Seperjuanganku yang selalu mendukungku dalam menyelesaikan skripsi ini
- Almamater yang aku banggakan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikumWr.Wb

Alhamdullilah dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT. Atas limpahan rahmat dan hidayahnya kepada penulis sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul **Perbedaan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Produk Sepeda Motor Yamaha Mio Dan Honda Beat Di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang.** Yang Mana Skripsi Ini Ditujukan Sebagai Syarat pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tua kutercinta ayahanda dan ibunda, adik-adik kutercinta. Seluruh keluarga besarku, dan teman-temanku, lindungilah mereka selalu, amin.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, SE.,M.M sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. BapakDrs. H. Fauzi Ridwan M.M sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Hj. Maftuhah Nurahmi, S.E.,M.Si sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Ibu Mardiana Puspasari S.E.,M.Si sebagai Dosen Pembimbing Akademik.

5. Ibu Hj. Zuhriyah, S.E.,M.Si sebagai Dosen Pembimbing Skripsi, terimakasih atas kesediaannya meluangkan banyak waktu dan kesabaran dalam membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.

6. Bapak dan ibu dosen sertastaf Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

7. Untuk teman yang selalu membantu ku Derry Ardiyansyah dan Agung Ali Mustofa .

8. Teman sekumpulan dan group BBM dan whatsapp, Ricky Aprisyah Roni, Dhani Nugroho Manurungu, Leou Adi Candra Saputra, Nazori Haris Munandar, Mamat, Ogik, Hazli Barokah,Jimmy Pratama, Hebi Delta Livi, Ramdinar, Ari Wijaya, Hafiz Akbar, Iqbal Maulana, Renaldi, Derry Ardiyansyah Heri Wijoko Indra Prasetiyo, Uju Riko, Andi, Muhamad Romegi, Rizki Arwendi, Muhamad Adzan, Febi Gustian, Erwinsyah, Abdul Indra Putra, M. Eza Anggi Taruna Dan Lain-Lainnya.

9. Teman-teman seperjuangan, teman-teman paket 03 teman-teman angkatan 2013, Agung Ali Mustofa, Ismail Ahmah, Leou Adi Candra Saputra, Hebi Delta Livi, Febi Gustian, Agustiawan, Robby Ganta, Maheras Sugma Wijaya, Derry Ardiyansyah, Iqbal Maulana, Muhamad Renaldi, Diyas Purnama, Rizky Aries Safitri, Netriyani, Rica Triana, Siska Anggraini, Rizki Novita Sari, Mia, Sari Sartika, Tasya, Amelia, Rizki Ayes, Karina Carin, Dan Lainnya.

10. Teman-teman angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Palembang yang tidak bisa di sebutkan satu persatu

11. Teman-teman KKN posko 320 Universitas Muhammadiyah Palembang, Desa Pelajau Ilir Kab. Bayu Asin Kec. Bayu Asin II, Anggun Erison (Pakwo), Nata Sabaringga, Andre Kurniadi, Fadjri, R.A Dekaria, Thahirah Kaneri Putri, Anggi, Winda, Tri.

12. Teman sekalian yang membantu Emey Kurnia Sari S.Farm, Rata Putri S.Farm, Arika Saputri S.Farm, Diya Khairiani S.Farm, Nurlaili S.H, Joni Okta Polin S.Farm,

13. Seluruh adik tingkat di Universitas Muhammadiyah Palembang penulis berharap semoga skripsi ini bisa berguna bagi kita semua.

Akhirul kalam dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga amal dan ibadah yang dilakukan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Harapan penulis semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca, Amin

Wassalamu'alaikumWr.Wb.

Pelembang, Agustus 2017

Heriyanto

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER i

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT iii

HALAMAN PENGESAHAN iv

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN v

HALAMAN PRAKATA vii

HALAMAN DAFTAR ISI x

HALAMAN DAFTAR TABEL xiii

HALAMAN DAFTAR GAMBAR xiv

HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN xv

HALAMAN ABSTRAK xvi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 7

C. Tujuan Penelitian 7

D. Manfaat Penelitian 8

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya 9

B. Landasan Teori 10

1. Pengertian Kepuasan Konsumen 10

2. Mengukur Kepuasan Pelanggan 16

3. Produk 17

C. Hipotesis 24

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 25

B. Tempat Penelitian 26

C. Operasionalisisasi Variabel 26

D. Populasi Dan Sampel 26

E. Data Yang Diperlukan 28

F. Metode Pengumpulan Data 29

G. *Analisis Data Dan Teknik Analisis Data* 30

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 35

B. *Uji Validitas Dan Reliabilitas* 43

C. Gambaran Identitas Responden 45

D. Hasil Uji Perbedaan 49

E. Pembahasan Hasil Penelitian 59

F. Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Sebelumnya ... 64

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 68

B. Saran 69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 OperasionalisasiVariabel Dan Indikator 26

Tabel III.2 ***KerangkaSempel*** 27

Tabel IV.1 UjiValiditas Data 44

TabelIV.2 UjiReliabilitas Data 44

Tabel IV.3 DistribusiRespondenBerdasarkanJenisKelamin..... 46

Tabel IV.4 DistribusiRespondenBerdasarkanUsia 47

Tabel IV.5 DistribusiRespondenBerdasarkanMerek Motor..... 48

Tabel IV.6 DistribusiRespondenBerdasarkanLama Pemakaian..... 49

Tabel IV.7 HasilUjiCrosstabs DayatahanMesin..... 50

Tabel IV.8 ***HasilUji Chi-square DayatahanMesin*** 51

Tabel IV.9 HasilUjiCrosstabsDesain Motor 52

Tabel IV.10 ***HasilUjiChi-square Desain Motor*** 53

Tabel IV.11 HasilUjiCrosstabsPilihanWarna..... 54

Tabel IV.12 HasilUjiChi-square PilihanWarna 55

Tabel IV.13 HasilUjiCrosstabsSukuCadang..... 56

Tabel IV.14 HasilUjiChi-square SukuCadang 57

Tabel IV.15 HasilUjiCrosstabsHematBahanBakarMinyak..... 58

Tabel IV.16 HasilUjiChi-square BahanBakarMinyak 59

Tabel IV.17 HasilUjiCrosstabs KebangganTerhadapMerek..... 60

Tabel IV.18 HasilUjiChi-square KebangganTerhadapMerek..... 61

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 KonsepKepuasanPelanggan 14

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	*Biodata Penulis*
Lampiran 2	Jadwal Penelitian
Lampiran 3	Sistematika Penulisan
Lampiran 4	Daftar Pertanyaan
Lampiran 5	Karakteristik Responden
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Data
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas Data
Lampiran 8	Hasil Uji Crossteb Dan Chi-Square
Lampiran 9	Tabulasi Responden
Lampiran 10	Tabulasi Karakteristik Responden
Lampiran 11	Tabel Distribusi Uji Chi-Square
Lampiran 12	Tabel Distribusi r Product Moment
Lampiran 13	Surat Keterangan Riset
Lampiran 14	Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran 15	Sertifikat Lulus Mengaji
Lampiran 16	Sertifikat Lulus Komputer
Lampiran 17	Sertifikat KKN
Lampiran 18	Sertifikat Toefl

ABSTRAK

Heriyanto/212013/2017/**Perbedaan Kepuasan Mahasiswa terhadap Produk Sepeda Motor Yamaha Mio dan Honda Beat di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Adakah Perbedaan Kepuasan Mahasiswa terhadap Produk Sepeda Motor Yamaha Mio dan Honda Beat di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang. Tujuannya untuk Mengetahui Perbedaan Kepuasan Mahasiswa terhadap Produk Sepeda Motor Yamaha Mio dan Honda Beat di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang.

Jenis penelitian yang digunakan adalah komparatif. Penelitian ini dilakukan di Fakultas teknik Universitas Muhammadiyah Palembang Jl. Jendral Ahmad Yani 13 Ulu Palembang. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik slovin dan tingkat kesalahan 10% maka didapatkan hasil sebanyak 95 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Chi-Kuadrat (x^2).

Hasil dari uji chi-kuadrat menunjukkan ada perbedaan secara signifikan kepuasan mahasiswa terhadap sepeda motor merek yamaha mio dan Honda beat baik secara daya tahan mesin, desain motor, pilihan warna, suku cadang, hemat bahan bakar minyak (BBM), dan kebanggan terhadap merek memiliki perbedaan yang signifikan dari χ^2 hitung terhadap χ^2 tabel (9,488).

Kata Kunci : daya tahan mesin, desain motor, pilihan warna, suku cadang, hemat bahan bakar minyak (BBM), dan kebanggan terhadap merek

ABSTRACT

*Heriyanto / 212013/2017 /**Difference Satisfaction Statisfaction on The Yamaha Mio Motorcycle and Honda Beat Motorcycles in the Environment Mahasiswa Fekultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang.***

The formulation of the problem in this research is Student Satisfaction Difference to Motorcycle Product of Yamaha Mio and Honda Beat in Environmental Student of Faculty of Engineering Muhammadiyah University of Palembang. The goal is to Know Student Satisfaction Differences on Motorcycle Products Yamaha Mio and Honda Beat in Student Environment Faculty of Engineering Muhammadiyah University of Palembang.

The type of research used is comparative. This research was conducted at the Faculty of Engineering Muhammadiyah University of Palembang Jl. General Ahmad Yani 13 Ulu Palembang. While the sample used in this study by using slovin technique and error rate of 10% then got the result as much as 95 people. Analytical techniques used in this study using the formula Chi-Square (x2).

The results of the chi-square test show that there is a significant difference in student satisfaction on the motorcycle brand of yamaha mio and Honda beat both in engine durability, motor design, color choice, spare parts, fuel-saving (BBM), and pride of brand significant difference from $\chi 2$ count against $\chi 2$ table (9,488).

Keywords: engine endurance, motor design, color choice, spare parts, fuel-saving (BBM), and brand pride

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini kebutuhan sarana transportasi menjadi kebutuhan yang sangat penting di negara-negara maju maupun negara berkembang seperti Indonesia. Kebutuhan akan transportasi dapat dilakukan baik melalui transportasi darat, laut, maupun udara. Di era modern ini transportasi udara nampaknya menjadi pilihan utama karena lebih cepat dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk sampai di tempat tujuan.

Mobilitas masyarakat yang tinggi membuat sistem transportasi menjadi sangat penting, baik pengangkutan barang maupun orang. Dalam konsep transportasi berkelanjutan, ketersediaan model atau jenis angkutan bukanlah suatu perioritas yang harus dipenuhi melainkan prasarana yang mampu mengakomodir kepentingan masyarakat pengguna kendaraan berbiaya rendah seperti angkutan umum. Namun pada kenyataanya fasilitas ini tidak menjadi prioritas sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan kendaraan pribadinya dalam melakukan aktivitas. Kondisi ini menyebabkan volume kendaraan dijalan saat ini bertumbuh dengan pesatyang didominasi oleh kendaraan pribadi.

Salah satu perubahan yang dipengaruhi oleh pola pikir masyarakat adalah semakin dibutuhkanya sarana transportasi pribadi antara lain sepeda motor,bagi sebagian masyarakat sepeda motor sudah dianggap sebagai kebutuhan yang mendasar. Industri sepeda motor di Indonesia pada saat ini

telah mengalami kemajuan yang sangat pesat, sehingga industri dituntut untuk memberikan kualitas yang baik bagi konsumen.

Dalam dunia otomatif, saat ini persaingan sudah semakin ketat khususnya persaingan sepeda motor. Fakta memperlihatkan penjualan sepeda motor terus meningkat. Kondisi ini membuat produsen meningkatkan inovasi dengan meluncurkan produk-produk baru dengantujuanuntuk menguasai pasar. Sepeda motor adalah sarana transportasi roda dua yang menjadi pilihan masyarakat. Banyak hal yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih kendaraan sepeda motor antara lain harga relative terjangkau, irit bahan bakar dan yang mendasar adalah sepeda motor dianggap untuk memperlancar kegiatan masyarakat, entah itu dalam bekerja atau dalam kepentingan-kepentingan pribadi.

Sehingga banyak produsen atau prusahaan yang memproduksi motor berlomba lomba untuk memproduksi motor yang nyaman, canggih, desain bentuk dan warna serta mesin berkualitas tinggi semua itu agar tetap eksis di dunia persaingan dan banyak disukai oleh masyarakat, motor-motor yang sekarang banyak disukai oleh masyarakat dari semua kalangan baik itu laki-laki maupun perempuan, tua ataupun muda yaitu motor matic seperti motor Mio dan motor Beat semua itu dilakukan guna untuk memenuhi kepuasan konsumen agar tertarik untuk menggunakan produk yang diproduksinya dan mampu bersaing di dunia perdagangan dan meningkatkan laba dari suatu prusahaan.

Sepeda motor mio merupakan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan Yamaha yang diluncurkan pada tahun 2003, Motor Mio mengukir sejarah sebagai motor ke-20 juta yang diproduksi Yamaha Indonesia tepat di Hari Kartini pada Jumat, 21 April lalu. Sejarah tersebut menambah catatan sejarah Mio sebagai primadona motor maticdi Indonesia.Pangsa pasar Mio terus berkembang sehingga banyak disukai semua kalangan baik itu perempuan maupun laki-laki, tua dan muda.

Masyarakat Indonesia semakin terpikat dengan keunggulan, keunikan Motor Mio dan kualitas yang semakin canggih dan teruji serta desain bodi, motif dan warnaya yang bermacam membuat konsumen bisa memilih sesuai dengan keinginannya masing-masing sehingga dari tahun ke tahun selalu mendapatkan respon positif pasar.

Sedangkan sepeda Motor honda Beat diproduksi oleh perusahaan honda dan diluncurkan pada tahun 2008 motor honda beat terkenal lebih irit dibandingkan dengan motor mio, rata-rata perliter bensin mencapai lebih dari 30 km. Motor beat juga dikenal dengan suspensinya yang terbilang empuk lebih nyaman digunakan walaupun melewati jalur-jalur yang tidak rata atau berlubang, motor honda beat memiliki desain bodi yang lebih besar dibandingkan motor mio sehinga pengguna akan terasa nyaman untuk mengendarainya dan banyak mengularkan inovasi-inovasi baru dari tahun ketahun yang membuat konsumen tidak merasa bosan untuk menggunakan produk motor beat.

Kedua motor tersebut sama-sama banyak digemari oleh masyarakat, dan memiliki kelebihan maupun kekurangan masing-masing, akan tetapi kalau dilihat dari kepuasan konsumen, konsumen merasakan kepuasan tersendiri baik itu pengguna motor yamaha mio maupun motor honda beat, karena motor yamaha mio dan motor beat merupakan motor yang sejenis dan memiliki brend yang sama-sama kuat di dunia otomotif.

Melihat adanya peluang pasar yang besar di industri ini, banyak perusahaan sepeda motor bersaing satu sama lain dalam memasarkan produknya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan kendaraan bermotor. Hal ini akan menimbulkan persaingan yang cukup ketat di industri ini sehingga mengharuskan perusahaan selalu meningkatkan kualitas produk dan kegiatan pemasaran.

Pemasaran adalah konsep yang diperlukan oleh seluruh organisasi baik organisasi besar/kecil, organisasi pemerintah/swasta, maupun organisasi profit/non-provit. Lewat kegiatan pemasaran setiap organisasi dapat menentukan apa yang harus di capai, bagaimana cara mencapainya, serta mendisain cara organisasi mempertahankan kelangsungannya dalam memberikan manfaat kepada publik lebih baik secara bertahap.

Salah satu kajian menarik dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Sebagai studi tentang konsumen, perilaku konsumen adalah bagian penting dari pemasaran karena pemasaran adalah ilmu yang mengupayakan kiat-kiat untuk memuaskan konsumen dengan produk atau jasa.

Perilaku konsumen memiliki berbagai kepentingan khusus bagi orang yang karena alasan tertentu bermaksud mempengaruhi dan merubah perilaku tersebut.Konsumen akan merasakan kepuasan terhadap produk apabila apa yang yang didapatkan manfaat dari produk tersebut atau yang dirasakan melebihi dari apa yang diharapkan nya, sehingga konsumen akan merasa senang dan puas, seperti konsumen akan membeli motor yang memiliki desain bodi yang ramping akan tetapi konsumen mendapatkan kelebihan tambahan yaitu bahan bakar minyaknya irit dan memiliki isi silinder yang besar sehingga akan menimbulkan dampak loyalitas terhadap produk tersebut.

Beberapa pendapat mengenai definisi kepuasan konsumen diantaranya dari Kotler (2009:138) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang timbul karena membandigkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspetasi mereka.

Produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar yang menarik perhatian, akusisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Kotler dan Amstrong (2008:266)

Menurut kotler (2008:49), "Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat"

Menurut kotler dan Amstrong (2008:272), kualitas produk adalah salah satu sarana poisitioning pemasar. Kualitas memiliki dampak

langsung pada kerja produk atau jasa. Oleh karna itu, kualitar berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam arti yang lebih sempit, kualitas dapat didefinisikan sebagai "bebas dari kerusakan". Akan tetapi, sebagaian besar perusahaan yang berpusat pada pelanggan, melangkah jauh melampaui definisi sempit ini.

Saat ini transportasi sepeda motor banyak di gunakan oleh mahasiswa di kota Palembang. Terutamadi Universitas Muhammadiyah Palembang khususnya di Fakultas teknikmahasiswa banyak menggunakan kendaraan sepeda motor. Dibanding dengan fakultas lainnya seperti fakultas kedokteran, ekonomi, dan hukum lebih banyak mahasiswa menggunakan kendaraan mobil dan kendaraan jenis lainnya. mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembangdi tahun ajaran 2016/2017 yang masih aktif adalah 1.918 mahasiswa. peneliti mengamati yang menggunakan sepeda motor merek Yamaha Mio sebanyak 114 mahasiswa sedangkan yang menggunakan sepeda motor merek Honda Beat sebanyak 98mahasiswa, mahasiswa di Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang, dibanding dengan merek sepeda motor lainnya kedua merek sepeda motor yamaha mio dan honda beat lebih banyak digunakan oleh mahasiswa di fakultas teknik universitas muhammadiyah palembang, dimana ada kepuasan tersendiri yang berbeda satu sama lain dari mahasiswa yang menggunakan produk sepeda motor Yamaha mio dan Honda beat tersebut,Sehingga berdasarkan latar belakang masalah dan fenomena yang ada, maka peneliti tertarik untuk melakukan

penelitian tentang **Perbedaan Kepuasan Mahasiswa terhadap Produk Sepeda Motor Yamaha Mio dan Honda Beatdi Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Adakah Perbedaan Kepuasan Mahasiswa terhadap Produk Sepeda Motor Yamaha Mio dan Honda Beat di Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah untuk Mengetahui Perbedaan Kepuasan Mahasiswa terhadap Produk Sepeda Motor Yamaha Mio dan Honda Beat di Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian ini dapat memberikan gambaran praktik dari teori yang selama ini di peroleh diperkuliahan. Khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Tempat Penelitian

Penelitian diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan memasukan bagi perusahaan sepeda motor Yamaha dan Honda dalam meningkatkan

produknya dan mengembangkan usaha bisnis mereka agar meningkatkan laba perusahaan.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi bagi kajian penelitian selanjutnya apabila melakukan penelitian dengan topik yang sama

DaftarPustaka

Danang Sunyoto. (2014), *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua, Yogyakarta: CAPS

Djaslim Saladin. (2006). *ManajemenPemasaran*.Bandung : CV Linda KaryaRefika Aditama.

Fandy Tjiptonodkk (2008), *Pemasaranstratejik*, Yogyakarta: penerbit CV Andi Offset.

Philip Kotler. (2008a),*ManajemenPemasaran*, Jilid Satu, Edisi Kedua belas, PT. Macanan JayaCemerlang, Indonesia.

Philip Kotler. (2009b),*ManajemenPemasaran*, Jilid Satu, Edisi Kedua belas, PT. Macanan JayaCemerlang, Indonesia.

Philip Kotler. (2012c),*ManajemenPemasaran*, Jilid Satu, Edisi Kedua belas, PT. Macanan JayaCemerlang, Indonesia.

Sugiyono.(2019). *MetodelogiPenelitianBisnis*. Bandung: PenerbitAlfabeta, Bandung.

Sugiyono.(2014). *MetodelogiPenelitianBisnis*. Bandung: PenerbitAlfabeta, Bandung.

Program StrataSatu.(2016). *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian dan Skripsi*.Palembang : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis.