

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI HARGA
PENAWARAN PEMBELI SEPEDA MOTOR SPORT REGION SOLO
MELALUI PENDEKATAN HEDONIC PRICING METHOD**



**Diajukan untuk Melengkapi Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Oleh:

PRABOWO DWI WICAKSONO

F0112077

**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI HARGA
PENAWARAN PEMBELI SEPEDA MOTOR SPORT REGION SOLO
MELALUI PENDEKATAN HEDONIC PRICING METHOD**

Diajukan oleh:

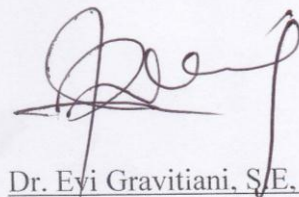
Prabowo Dwi Wicaksono

F0112077

Disetujui dan diterima oleh Pembimbing

Pada Tanggal , Mei 2019

Dosen Pembimbing



Dr. Eyi Gravitiani, S.E, M.Si
NIP. 197306052009122001

Surat Pernyataan

Yang bertanda tangan dibawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sebelas Maret:

Nama : Prabowo Dwi Wicaksono
NIM. : F0112077
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Judul : Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Harga
Penawaran Pembeli Sepeda Motor Sport Region Solo Melalui
Pendekatan Hedonic Price Method

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Skripsi yang saya buat ini adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/ salinan/ saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, Mei 2019

Mahasiswa



Prabowo Dwi Wicaksono

NIM. F0112077

Mengetahui:

Pembimbing Akademik

Dr. Evi Gravitiani, S.E, M.Si
NIP. 198003142006041003

Kepala Program Studi

Bhimo Rizky Samudro S.E.,M,Si.Ph.D.
NIP. 197306052009122001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI HARGA
PENAWARAN PEMBELI SEPEDA MOTOR SPORT REGION SOLO
MELALUI PENDEKATAN HEDONIC PRICE METHOD**

Diajukan oleh:

Prabowo Dwi Wicaksono

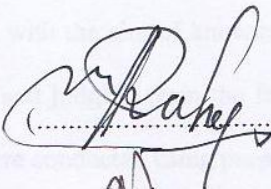
NIM. F0112077

Pada Tanggal, Agustus 2019

Susunan Tim Penguji Skripsi:

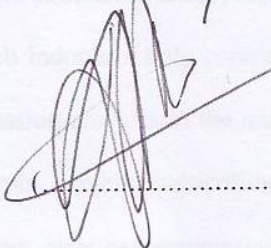
1. Ketua Penguji

Prof Dr. Mugi Rahardjo
NIP. 19491227198203102

()

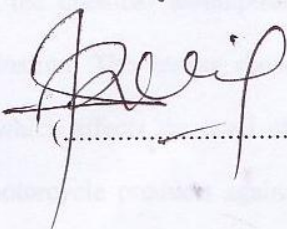
2. Sekertaris Penguji

Akhmad Daerobi ,Dr.,MS
NIP. 195708041986011002

()

3. Dosen Pembimbing

Dr. Evi Gravitiani ,S.E.,M.Si
NIP.197306052009122001

()

Disahkan oleh
Kepala Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan

Bhimo Rizky Samudro S.E.,M.Si.Ph.D.

NIP. 198003142006041003



ABSTRACT

Analysis of Factors Affecting the Satisfaction of Honda Brand CBR Region Solo Motorcycle Buyers Through the Hedonic Pricing Method Approach

Prabowo Dwi Wicaksono

F0112077

Motorcycle is a transportation tool that is often found especially in environments with high congestion levels. The alternative to interest in motorbikes is not only on one brand, but more. Indonesia has a motorcycle transportation industry from various manufacturers and brands such as Honda, Yamaha, Suzuki and Kawasaki. Each producer has their own advantages offered to consumers.

The analysis of this study was conducted in Surakarta with the aim of knowing the bidding price of sport motorcycle buyers in the Solo Region and judging from the factors that influence the offer price of sport motorbikes interviews were conducted using purposive sampling method and filling in questionnaires by all CBR Club Indonesia Solo community members with 60 samples. The study used OLS multiple regression analysis in the analysis of the data carried out using STATA 14. Testing the hypothesis, namely multicollinearity test, heteroscedasticity test, autocorrelation test and using the classical assumption test approach consisting of t test, f test, coefficient of determination. The results show that Indonesia has a high potential for the sale of motor sport which affects the level of user satisfaction. Indications that influence consumers to buy motorcycle products against the offer price available on sport motorbikes include the dependent variable is the price of the motorbike and the dependent variable is engine capacity, fuel tank capacity, manual transmission, telescopic front and rear suspension, clutch type wet, Honda CBR 150r, Yamaha YZF-150, Suzuki GSX R150, Kawasaki Ninja 150r.

Keywords: Multiple Regression, OLS, Motor Sport

ABSTRAK

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Penawaran Pembeli Sepeda Motor Sport Region Solo Melalui Pendekatan Hedonic Pricing Method

Prabowo Dwi Wicaksono
F0112077

Sepeda motor merupakan alat transportasi yang banyak dijumpai khususnya pada lingkungan dengan tingkat kemacetan yang tinggi. Alternatif ketertarikan terhadap motor tidak hanya pada tertuju pada satu merk, bahkan lebih. Indonesia memiliki industri transportasi motor dari bermacam-macam pabrikan serta merek misalnya Honda, Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki. Masing-masing produsen memiliki keunggulan masing-masing yang ditawarkan pada konsumen.

Analisis penelitian ini dilakukan di Surakarta dengan tujuan untuk mengetahui harga penawaran pembeli sepeda motor sport di Region Solo dan dilihat dari faktor-faktor yang mempengaruhi harga penawaran sepeda motor sport wawancara dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan pengisian kuesioner oleh seluruh komunitas anggota CBR Club Indonesia Solo dengan jumlah 60 sampel. Penelitian menggunakan alat analisis regresi berganda OLS dalam analisis data tersebut dilakukan dengan menggunakan STATA 14. Pengujian hipotesisnya yaitu uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi dan menggunakan pendekatan uji asumsi klasik yang terdiri uji t, uji f, koefisien determinasi. Hasil menunjukan Indonesia memiliki potensi tinggi terhadap penjualan motor sport yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna. Indikasi yang berpengaruh kepada para konsumen untuk membeli produk sepeda motor terhadap harga penawaran yang ada pada sepeda motor sport antara lain variable dependen adalah harga motor dan variable terikat adalah kapasitas mesin, kapasitas tangki bahan bakar, transmisi manual, suspensi depan dan belakang telescopi, tipe kopling wet, Honda CBR 150r, Yamaha YZF-150, Suzuki GSX R150, Kawasaki Ninja 150r.

Keywords: Regresi berganda, OLS, Motor Sport

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Give something good at every step you take, something good will come to you.”

Berikan sesuatu yang baik di setiap langkah yang kamu jalani maka sesuatu yang baik akan datang kepada kamu.

PERSEMBAHAN

Segenap kerendahan hati, tulus dan ikhlas,

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Teruntuk Ayahku Bapak Drs. Sudarsono “yang selalu mengajarkan akan selalu jujur dan sabra dalam menghadapi segala sesuatu dalam kehidupan ini”
2. Ibuku Indah Tertiani “yang selalu mengajarkan akan ketulusan dalam menjalani setiap ujian yang datang dan pantang menyerah”.
3. Kakakku Prastianto Eko Tidarso dan Anwar “atas semangat yang diberikan”
4. Kekasihku Ayu Novia Rusmawati Suprpto “ atas segala ketulusan dan bantuannya hingga tercapainya penelitian ini”
5. Teman-teman satung angkatan EP 2012 “terimakasih atas kebersamaan kita”
6. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI HARGA PENAWARAN PEMBELI SEPEDA MOTOR SPORT REGION SOLO MELALUI PENDEKATAN HEDONIC PRICING METHOD”** untuk menyelesaikan pembuatan Program Sarjana (S1) dari Program Sarjana Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan yang ada didalamnya. Oleh karena itu dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada :

1. Bhimo Rizky Samudro S.E.,M,Si.Ph.D., Beliau Ketua Prodi Ekonomi Pembangunan yang telah memberikan semangat dan masukan-masukan dalam proses pembuatan penelitian ini.
2. Prof Dr. Mugi Rahardjo, Beliau Dosen Penguji Ketua yang sudah memberikan semangat dan bimbingan kepada saya dalam memberikan masukan terhadap Skripsi ini.
3. Evi Gravitiani, Dr., S.E, M.Si, beliau Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, waktu, tenaga dan fikiran serta saran-saran yang sangat membantu dalam proses pembuatan skripsi ini.
4. Dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret terimakasih atas kebaikan dan kesabaran dalam memberikan ilmu yang sangat berarti kepada saya sendiri.

5. Orang tua dan keluargaku, terimakasih atas kasih sayang, perhatian, bimbingan, ketulusan dan kesabaran, dalam menemani penulis, dan memberikan semangat, disaat penulis mengalami keterpurukan, semoga Allah membalas dengan banyak pahala melimpah.
6. Teman-teman Jurusan Ekonomi Pembangunan 2011, terimakasih atas bantuan kerjasama dan kenangan yang telah diberikan.
7. Sahabat-sahabatku Fadli Gori, Irfan Suteng, Auliah Juhwita, Nuruzzaman, Shanisha Putri, Madyaningsih, Haris Akhmad Effendi, Wayan Nur Aziz, Andrianus, dan masih banyak lagi yang tidak bisa disebutkan oleh penulis sebagai tempat berbagi canda tawa dan sedih terimakasih atas motivasi, bantuan dan doa kalian.
8. Komunitas CBR Club Indonesia Region Solo yang telah memberikan bantuan dan doa nya kepada penulis dalam penelitian ini.

Penulis juga mengucapkan banyak berterimakasih kepada semua pihak yang telah membimbing penulis dalam menulis skripsi ini.

Pada Tanggal:

Penulis

Prabowo Dwi Wicaksono

NIM: F0112077

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	9
1. Teori Permintaan.....	9
2. Teori Penawaran	10
3. Keseimbangan pasar	11
4. Perilaku Konsumen	11
2.4.1 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13

a) Faktor Kebudayaan	13
1) Kebudayaan	13
2) Kelas Sosial	14
b) Faktor Sosial	14
1) Kelompok Masyarakat	14
2) Keluarga	14
3) Peran dan Status	14
c) Faktor Pribadi	15
1) Umur	15
2) Pekerjaan	15
3) Keadaan Ekonomi	15
4) Gaya Hidup	15
5) Kepribadian	15
d) Faktor Psikologis	15
1) Motivasi	15
2) Persepsi	15
3) Proses Belajar	15
4) Kepercayaan dan Sikap	15
a. Pendekatan Guna Batas Klasik (Utility)	16
b. Pendekatan Kurva Tak Acuh (Indifference Curve)	17
c. Teori Konsumen dengan Pendekatan Atribut	20
5. Pengertian Motor Sport.....	21
6. Pasar	22
7. Teori Pasar Output	23

2.7.1. Pasar Persaingan Sempurna	23
2.7.2. Pasar Oligopoli	24
8. Struktur Pasar Sepeda Motor Sport	25
9. Teori Willingness To Pay	26
10. Hedonic Price	26
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pemikiran	31
D. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu	34
B. Jenis Sumber Data	34
C. Objek Penelitian	34
D. Metode Penarikan Sampel	35
E. Metode Pengumpulan Data	35
F. Definisi Operasional Variabel	35
G. Metode Analisis Data	37
H. Uji Asumsi klasik	39
1. Uji Multikolinearitas	40
2. Uji Heterokedstisitas	41
3. Uji Autokorelasi	41
I. Pengujian Hipotesis	42
1. Uji T (Uji Siginifikansi Individu)	42
2. Uji F (Uji Signifikansi Serentak)	43
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	44

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Pasar Motor Sport di Indonesia	45
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Penawaran Motor Sport dengan Menggunakan Metode Hedonic Price	49
1. Nilai Mean dan Standard Deviasi	49
2. Model Harga Penawaran Motor Sport	50
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Motor	56
1. Variabel yang Signifikan	56
a. Kapasitas Mesin Motor	56
b. Kapasitas Tangki Bahan Bakar	57
c. Torsi Maksimum > 9000(rpm)	58
d. Transmisi Manual	59
e. Tipe Kopling WET	60
f. Suspensi Depan dan Belakang Telescopi	61
g. Merk Motor Kawasaki Ninja 150R	62
h. Merek Motor Yamaha YZF-R15	62
i. Merek Motor Suzuki GSX-R150	63
j. Merek Motor Honda CBR 150R	64
2. Variabel yang tidak signifikan	65
a. Daya Maksimum	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA	68
DAFTAR LAMPIRAN	70



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data jumlah penjualan sepeda motor Januari 2013-2015	2
Tabel 1.2	Data semua penjualan motor sport 150cc Januari-September	5
Tabel 2.1	Rumus Keseimbangan Pasar	11
Tabel 2.2	Marginal Rate Subtitution	19
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4.1	Distribusi penjualan motor sport per bulan (Januari-Mei 2018)	46
Tabel 4.2	Distribusi penjualan motor sport berdasarkan merk per bulan (Januari-Mei 2018)	47
Tabel 4.3	Nilai Mean dan Standard Deviasi	50
Tabel 4.4	Hasil Estimasi Faktor-Faktor yang mempengaruhi harga Penawaran motor sport 150cc	51
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.6	Hasil Uji Heteroskedasitas	54
Tabel 4.7	Hasil Uji Autokorelasi	55
Tabel 4.8	Hasil Estimasi Harga Motor Sport Dengan Sepuluh variabel yang signifikan	56
Tabel 4.9	Hasil Estimasi Harga Motor Sport Dengan Satu variabel yang tidak Signifikan	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Motor Januari 2013	2
Gambar 1.2 Penjualan Motor Januari 2015	3
Gambar 1.3 Keseluruhan Penjualan Sepeda Motor Januari 2013-2015	3
Gambar 1.4 Jumlah keseluruhan penjualan sepeda motor sport 150cc	6
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis	32
Gambar 4.1 Grafik keseluruhan penjualan kategori motor sport 150cc	48

