

**ANALISIS KOMPARATIF KEUNGGULAN BERSAING BERBASIS
MARKETING MIX BERDASARKAN PERSEPSI, HARAPAN,
DAN KEPENTINGAN KONSUMEN MOTOR BEKAS
(Studi Kasus Motif Pembelian Motor Honda dan Yamaha di PJBSM
Lumajang)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Faisal Akbar Basagili

NIM.2141792

**PROGRAM SARJANA STRATA 1
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2018

**ANALISIS KOMPARATIF KEUNGGULAN BERSAING BERBASIS
MARKETING MIX BERDASARKAN PERSEPSI, HARAPAN,
DAN KEPENTINGAN KONSUMEN MOTOR BEKAS
(Studi Kasus Motif Pembelian Motor Honda dan Yamaha di PJBSM
Lumajang)**

ABSTRAK

Marketing mix yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, process, and customer service* menjadi pendukung dalam hal pemasaran suatu produk seperti produk motor bekas Honda dan Yamaha di Lumajang. Penelitian ini bertujuan untuk (1) menentukan keunggulan pada sistem *marketing* motor bekas Honda dan Yamaha (2) memberikan solusi terhadap kelemahan dari pemasar yang menerapkan sistem *marketing* motor bekas Honda dan Yamaha (3) mengetahui perbandingan antara sistem *marketing* motor bekas Honda dan Yamaha. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan bersifat komparatif dengan pendekatan *lean six sigma* untuk menemukan keunggulan dan kelemahan sistem *marketing*. Responden yang digunakan sebanyak 60 orang yang dibagi menjadi 30 responden yang melakukan pembelian motor bekas Honda dan 30 yang melakukan pembelian motor bekas Yamaha. Hasil penelitian terdapat keunggulan *marketing* motor bekas Honda adalah yaitu penampilan yang menarik, mutu yang terbaik dan fitur yang canggih. Kelemahan *marketing* motor bekas Honda adalah garansi produk, promosi yang berkaitan dengan semua informasi tentang keunggulan produk, dan promosi yang dilakukan dapat membujuk konsumen untuk tertarik membeli produknya. Untuk keunggulan *marketing* motor bekas Yamaha yaitu promosi yang dilakukan oleh pemasar dapat membujuk konsumen untuk tertarik membeli produknya, pemasar secara rutin melakukan promosi sehingga membuat konsumen tetap ingat pada produknya, dan harga produk mampu bersaing dengan produk sejenis. Kelemahan *marketing* motor bekas Yamaha terletak pada garansi produk, daya tahan produk, dan promosi yang berkaitan dengan semua informasi tentang keunggulan produk.

Kata kunci: *Marketing Mix, Lean Six Sigma, Keunggulan.*

**COMPARATIVE ANALYSIS OF COMPETITIVE ADVANTAGES BASED ON
MARKETING MIX BASED ON PERCEPTION, HOPE, AND
INTEREST OF USED MOTORCYCLE CONSUMERS
(Case Study Motive Purchase of Honda and Yamaha Motorcycle at PJBSM
Lumajang)**

ABSTRACT

Marketing mix consisting of product, price, place, promotion, people, process, and customer service become supporter in terms of marketing a product such as of used Honda and Yamaha motorcycle products in Lumajang. This study aims to (1) Determine the advantages marketing systems of used Honda and Yamaha motorcycle (2) Provide solutions to the weaknesses of marketers who apply the marketing system of used Honda and Yamaha motorcycles (3) to know the comparison between marketing system of used Honda and Yamaha motorcycle. This research uses descriptive qualitative and comparative method with lean six sigma approach to find superiority and priority of improvement of marketing system. Respondents used were 60 people divided into 30 respondents who made purchases of used Honda motorcycles and 30 who made purchases of used Yamaha motorcycles. The results of the research shows that there are marketing excellence of Honda's used motorcycles are the attractive appearance, the best quality and the advanced features. The weaknesses of marketing for Honda's used motorcycles is product warranty, promotions related to all information about product superiority, and promotions made to persuade consumers to be interested in purchasing their products. For marketing excellence of Yamaha's used motorcycles that promotions made by marketers can persuade consumers to be interested in buying products, marketers routinely make promotions that make consumers keep in mind the product, and product prices can compete with similar products. The weaknesses of Yamaha's used motorcycles marketing is product warranty, product durability, and promotion related to all information about product superiority.

Keywords: Marketing Mix, Lean Six Sigma, Excellence.