

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP TIPE SEPEDA MOTOR  
MENGUNAKAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) DI  
KECAMATAN PINELENG STUDI KASUS SEPEDA MOTOR BEAT, VARIO DAN SONIC**

*ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES FOR MOTORCYCLES USING THE ANALYTICAL  
HIERARCHY PROCESS (AHP) METHOD IN PINELENG DISTRICT CASE STUDY OF BEAT,  
VARIO AND SONIC MOTORCYCLE*

Oleh:

**Gianfranko Pangemanan<sup>1</sup>**

**Djurwati Soepeno<sup>2</sup>**

**Reity Lili Samadi<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

<sup>1</sup>[gianpangemanan@gmail.com](mailto:gianpangemanan@gmail.com)

<sup>2</sup>[watisoepeno@unsrat.ac.id](mailto:watisoepeno@unsrat.ac.id)

<sup>3</sup>[rsamadi@unsrat.ac.id](mailto:rsamadi@unsrat.ac.id)

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap sepeda motor Beat, Vario dan Sonic metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analytical Hierarchy Process (AHP) adalah sebuah pendekatan matematis yang digunakan untuk mengambil keputusan dalam situasi yang melibatkan beberapa kriteria dan alternatif. Metode ini dikembangkan oleh Thomas L Saaty pada tahun 1980-an dan telah banyak digunakan dalam berbagai bidang termasuk manajemen, ekonomi, teknik dan ilmu social. Berdasarkan perhitungan global priority dan bagan struktur hirarki di atas, diperoleh Beat 0,36, Vario 0,39 dan Sonic 0,25. Dengan demikian dapat diambil keputusan bahwa preferensi konsumen sepeda motor di kecamatan Pineleng adalah Honda Vario. Jadi disarankan dan direkomendasikan kepada konsumen yaitu sepeda motor honda vario ketika melakukan pembelian sepeda motor Vario. Perbandingan berpasangan dari ketiga alternatif berdasarkan kriteria kelengkapan didapat bahwa beat 0,35, vario 0,42 dan sonic 0,23. Perbandingan berpasangan dari ketiga alternatif berdasarkan kriteria transivitas yaitu Vario 0,39, Beat 0,36 dan Sonic 0,25. Transivitas menempati rangking ketiga pada perbandingan kriteria yaitu 0,21. Perbandingan berpasangan dari ketiga alternatif berdasarkan kriteria kesinambungan yaitu Beat 0,38, Vario 0,37 dan sonic 0,26. Kesinambungan menempati rangking kedua pada perbandingan berpasangan antar kriteria yaitu 0,27. Perbandingan berpasangan antar alternatif berdasarkan kriteria lebih banyak lebih baik yaitu Beat 0,36 Vario 0,38 dan Sonic 0,26. Lebih banyak lebih baik menempati rangking keempat pada perbandingan berpasangan antar kriteria yaitu 0,17.

**Kata Kunci:** Preferensi, Kelengkapan, Transivitas, Kesinambungan, Lebih banyak lebih baik

**Abstract:** This study aims to determine consumer preferences for Beat, Vario and Sonic motorcycles. The method used in this study is Analytical Hierarchy Process (AHP) which is a mathematical approach used to make decisions in situations that involve several criteria and alternatives. This method was developed by Thomas L Saaty in the 1980s and has been widely used in various fields including management, economics, engineering and social science. 0.25. Thus it can be decided that the preference of motorcycle consumers in the Pineleng sub-district is the Honda Vario. So it is suggested and recommended to consumers, namely the Honda Vario motorcycle when purchasing a motorbike Vario. Pairwise comparisons of the three alternatives based on completeness criteria show that beat is 0.35, vario is 0.42 and sonic is 0.2. Completeness ranks first in the comparison of criteria carried out by researchers, namely 0.35. Pairwise comparisons of the three alternatives based on transitivity criteria, namely Vario 0.39, Beat 0.36 and Sonic 0.25. Transitivity ranks third in the comparison criteria, namely 0.21. Pairwise comparisons of the three alternatives based on continuity criteria, namely Beat 0.38, Vario 0.37 and Sonic 0.26. Sustainability ranks second in the pairwise comparisons between criteria, namely 0.27. Pairwise comparisons between alternatives based on the criteria the more the better, namely Beat 0.36, Vario 0.38 and Sonic 0.26. The more the better, it ranks fourth in the pairwise comparisons between criteria, namely 0.17.

**Keywords:** Preference, Completeness, Continuity, Transitivity, the more the better

## Latar Belakang

Banyak orang Indonesia, maupun orang asing, saat ini memiliki sepeda motor, kendaraan roda dua. Selain menjadi salah satu bisnis paling mutakhir di industri kendaraan roda dua, pabrik juga memproduksi kendaraan yang dapat dikendarai oleh masyarakat demi kenyamanan berkendara. Kendaraan ini dapat digunakan untuk beraktivitas, bepergian jauh maupun dekat, mengikuti kompetisi balap di sirkuit, dan digunakan dalam situasi apapun. Selain itu, pabrik yang memproduksi moda transportasi ini memperhatikan berbagai faktor atau sistem, antara lain desain sasis, sistem pengereman, sistem kelistrikan, sistem pembakaran, dan sebagainya. Saat ini banyak sekali klub motor yang selalu mengadakan group tour dan trip. Minat kepemilikan dan hobi sepeda motor juga sangat beragam. Ada yang mengendarai sepeda motor untuk berangkat kerja atau sekolah, ada pula yang mengendarai sepeda motor untuk mencari teman dengan bergabung di klub motor.

Ada beberapa jenis sepeda motor yang ada di Indonesia antara lain Honda, Yamaha, Suzuki dan lain-lain dengan spesifikasi dan harga yang berbeda-beda. Pertumbuhan sepeda motor yang pesat dari tahun ke tahun menunjukkan hal tersebut. J.C. Potter, seorang Belanda, memperkenalkan sepeda motor ke Indonesia pertama kali pada tahun 1893. John C. Potter sendiri yang meminta sepeda motor tersebut ke pabriknya, Hildebrand und Wolfmüller, di Munich, Jerman. Sepeda ini tidak menggunakan rantai, ban belakang sebagai penggerak utama digerakkan oleh batang penggerak. Pembelian sepeda motor dan permintaannya selalu meningkat setiap tahunnya. Dari segi ekonomi, faktor sosial akan dipengaruhi oleh daya beli masyarakat yang tinggi terhadap barang-barang seperti sepeda motor. Jika dilihat dari segi biaya transportasi yang lebih murah dan waktu tempuh yang lebih singkat ke tempat tujuan, sepeda motor merupakan kendaraan yang sangat berguna dan efisien, terutama di daerah perkotaan.

Salah satu kecamatan di Sulawesi Utara yaitu kecamatan Pineleng tidak sedikit konsumen yang masih mengalami kesulitan dalam memilih kendaraan roda dua yang sesuai dengan kebutuhannya. Performa yang berbeda-beda dari setiap jenis motor menjadi salah satu faktor kebingungan dari konsumen untuk memilih sepeda motor mana yang paling baik digunakan dalam pekerjaan maupun aktivitas lain. Performa sepeda motor adalah ketahanan sepeda motor dalam hal ini mesin penggerak serta kecepatan dari sepeda motor tersebut. Pada jenis sepeda motor Honda, kelebihan dari sepeda motor ini diantaranya yaitu mesin yang awet, diler tidak sulit untuk ditemukan, onderdil motor terjangkau dan lain sebagainya sedangkan kekurangannya diantaranya yaitu pada jenis sepeda motor 4 tak oli cepat habis, blok mesin gampang baret/haus, serta rantai kecil/keteng sering bunyi. Pada jenis sepeda motor Yamaha, kelebihannya yaitu mesin yang tangguh, diler tidak sulit ditemukan, desain bodi yang sangar, dan khusus pada bagian suspensinya enak sedangkan kekurangannya yaitu onderdil yang cukup mahal, pada bagian mesin apabila mengadakan perjalanan jauh sering ada bunyi yang menjanggal pada mesin, serta beberapa kali bermasalah pada starter tangan. Pada jenis sepeda motor Suzuki, kelebihannya yaitu tampilan yang bagus, mesin kencang/kuat, dan harga yang terjangkau dibandingkan merek yang lain sedangkan kekurangannya yaitu onderdil ori sulit ditemukan, diler resmi sangat kurang dan khusus motor 150cc air radiator sering tembus mesin. Setelah mengetahui beberapa kelebihan dan kekurangan masing-masing sepeda motor tersebut maka menarik untuk diteliti preferensi konsumen terhadap sepeda motor merk Honda yaitu Beat, Vario, dan Sonic diantaranya dengan melihat dari karakteristik sepeda motor tersebut mulai dari kelengkapan, transivitas, kesinambungan, dan lebih banyak lebih baik.

Oleh karena itu penulis tertarik dengan metode AHP pada penelitian ini untuk mengetahui preferensi konsumen dari ketiga sepeda motor ini yaitu Beat, Vario, dan Sonic.

## Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap ketiga tipe sepeda motor tersebut
2. Untuk mengetahui apakah kelengkapan berpengaruh terhadap preferensi konsumen
3. Untuk mengetahui apakah transivitas berpengaruh terhadap preferensi konsumen
4. Untuk mengetahui apakah kesinambungan berpengaruh terhadap preferensi konsumen
5. Untuk mengetahui apakah lebih banyak lebih baik berpengaruh terhadap preferensi konsumen

### **Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran adalah sebuah rangkaian proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan dan pengendalian suatu kegiatan pemasaran dimana tujuannya adalah untuk mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien. Pemasaran menjadi salah satu faktor yang penting dalam memajukan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang barang maupun jasa. Aktivitas pemasaran sering diartikan sebagai aktivitas menawarkan produk dan menjual produk, tapi bila ditinjau lebih lanjut ternyata makna pemasaran bukan hanya sekedar menawarkan atau menjual produk saja, melainkan aktivitas yang menganalisa dan mengevaluasi tentang kebutuhan dan keinginan konsumen.

### **Preferensi Konsumen**

Kotler (2000:15) berpendapat bahwa preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk atau jasa yang ada. Teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, misalnya bila seseorang ingin mengkonsumsi atau menggunakan sebuah produk atau jasa dengan sumber daya terbatas maka ia harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai optimal.

### **Kelengkapan**

Prinsip ini mengatakan bahwa setiap individu dapat terus mencari tahu keadaan mana yang disukainya di antara dua kondisi. Semua produk yang tersedia dapat dibandingkan dan dievaluasi oleh pelanggan. Individu selalu dapat memilih dengan tepat salah satu kemungkinan jika A dan B adalah dua keadaan produk yang berbeda. Dengan kata lain, konsumen akan lebih memilih A daripada B, lebih memilih B daripada A, menyukai keduanya, atau tidak menyukai kedua jenis produk A dan B. Preferensi ini mengabaikan biaya untuk mendapatkannya.

### **Transitivitas**

Prinsip ini memahami konsistensi individu dalam memutuskan dan menyimpulkan keputusannya ketika dihadapkan pada beberapa keputusan item pilihan. Sedangkan seseorang yang mengatakan "produk A lebih disukai daripada produk C" dan "produk B lebih disukai daripada produk A" hampir pasti akan mengatakan "produk A lebih disukai daripada produk B". Pada kenyataannya, tujuan dari prinsip ini adalah untuk menjamin konsistensi internal di antara para pengambil keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang akan selalu memiliki preferensi yang konsisten terhadap satu produk dibandingkan produk lainnya dalam setiap pilihan alternatif.

### **Kontinuitas**

Prinsip ini masuk akal bahwa jika ada yang mengatakan "barang A lebih disukai daripada barang B", keadaan apa pun yang dekat dengan barang A juga akan disukai barang B. Jadi ada konsistensi bagi pembelanja dalam memilih barang untuk mengkonsumsi.

### **Lebih Banyak Lebih Baik**

Prinsip ini menjelaskan bahwa semakin banyak orang mengkonsumsi suatu barang atau produk maka akan merasa lebih puas. Sehingga pembeli umumnya akan selalu membangun pemanfaatannya untuk pemenuhan yang akan didapat.

### **Penelitian Terdahulu**

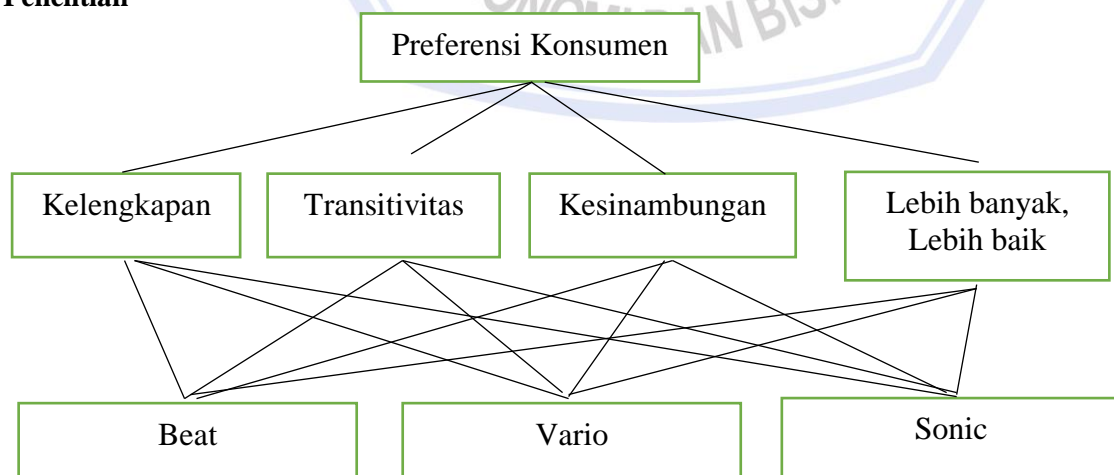
Nanhito Clary Lasut, Sifrid S. Pangemanan, Merinda H. C. Pandowo (2021) Dalam penelitian ini peneliti akan mengkaji jajanan sekaligus tempat berkumpul dengan teman-teman khususnya jenis jajanan donat. Manado memiliki 3 toko donat yaitu Dolphin Donuts, Dunkin Donuts Mantos dan J.Co Megamall. Ada banyak faktor atau kriteria yang mempengaruhi konsumen untuk pergi ke toko donat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analytical Hierarchy Process (AHP). AHP adalah metode untuk memeringkat alternatif keputusan dan memilih yang terbaik dengan beberapa kriteria. Berdasarkan enam kriteria (kebersihan, kualitas makanan, harga, lingkungan fisik, kualitas pelayanan dan lokasi), terdapat tiga kriteria teratas yang paling berpengaruh bagi konsumen toko donat di kota Manado yaitu kebersihan, kualitas makanan dan lingkungan fisik. Setiap toko donat di Manado perlu memperhatikan dengan serius ketiga faktor tersebut. Berdasarkan hasil keseluruhan, terlihat

bahwa J.Co Megamall menjadi toko donat yang paling diminati di Kota Manado. Dolphin Donuts memiliki skor terendah. Dolphin Donuts harus meningkatkan kebersihan, kualitas makanan.

Frenly Mangindaan, David P.E Saerang, Johan . Tumiwa (2017) Tujuan penelitian untuk mengetahui pelanggan dalam memilih dan menentukan kendaraan offroad kabin ganda yang paling disukai di Manado. Penelitian dilakukan di Manado, pada Agustus 2016. Penelitian menggunakan pelanggan yang memiliki pengalaman mengendarai sebagai responden: Toyota Hilux, Isuzu D-Max dan Mitsubishi Strada Triton. Sampling menggunakan purposive sampling dengan 30 responden yang memiliki pengalaman dengan Toyota Hilux, Isuzu D-Max, dan Mitsubishi Strada Triton. Analisis data menggunakan proses hirarki analitik (AHP). Hasil penelitian: preferensi konsumen kendaraan kabin roda dua di Manado, dipengaruhi oleh: atribut kualitas produk, atribut harga, atribut interior, dan atribut kenyamanan. Preferensi konsumen merek kendaraan adalah: Toyota Hilux, Isuzu D-Max, serta Mitsubishi Strada Triton, dengan mayoritas responden adalah pria, 31 sampai 40 tahun, sarjana, dan pendapatan antara Rp 5 juta-7,5 juta. Faktor dominan mempengaruhi preferensi konsumen kendaraan double cabin di Manado adalah atribut harga dan diikuti oleh atribut kenyamanan, atribut interior dan atribut kualitas produk. Preferensi konsumen terhadap merek kendaraan offroad double cabin adalah Toyota Hilux. Rekomendasi: perusahaan otomotif yang mendistribusikan kendaraan off road kabin ganda harus memperhatikan temuan penelitian ini. Temuan ini mengidentifikasi preferensi konsumen yang mengungkapkan pilihan dan memiliki dampak yang besar terhadap kinerja keseluruhan perusahaan, terutama di segmen kendaraan offroad kabin ganda.

Arifin (2020) Penelitian ini berjudul Sistem Pendukung Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas Dengan Menggunakan Metode Ahp Dan Saw (Studi Kasus : Sahabat Motor). Pembeli sepeda motor bekas dalam meentukan pilihannya, tentu didasarkan pada beberapa kriteria yang dijadikan patokan dalam pemilihan sepeda motor bekas antara lain tahun pembuatan, kapasitas mesin, warna, tipe, dan harga. Kriteria tersebut menjadi pertimbangan untuk membeli sepeda motor bekas, berbagai pertimbangan dilakukan oleh pembeli agar mendapatkan sepeda motor bekas yang baik dan bagus. Pemilihan terhadap sepeda motor bekas yang akan dibeli ternyata tidaklah mudah bagi calon pembeli yang belum memahami seluk beluk kendaraan sepeda motor bekas. Kesulitan dalam pemilihan sepeda motor bekas maka perlu suatu rujukan sebagai dasar pemikiran sepeda motor bekas. System pendukung keputusan yang ditawarkan menggunakan AHP dan SAW dalam menyelesaikan persoalan. Persoalan bisa diselesaikan dengan menggunakan system perankingan berdasarkan bobot global. Pembeli dapat memilih sepeda motor bekas berdasarkan rujukan atau rekomendasi dari system pendukung keputusan yang dijalankan oleh pakar. System tersebut dapat membantu calon pembeli dengan memberikan hasil alternatif pilihan sepeda motor bekas yang dioeroeh dari perhitungan AHP dan SAW. Berdasarkan hasil perhitungan faktor kriteria-kriteria penilaian yang diajukan ke system maka penentuan sepeda motor bekas diperoleh melalui perhitungan nilai bobot prioritas untuk pemilihan alternatif sepeda motor bekas yang akan dibeli. Dengan adanya system pendukung keputusan untuk memilih sepeda motor bekas menggunakan metode AHP dan SAW diharapkan dapat membantu calon pembeli dalam pemilihan sepeda motor bekas dan dapat menghasilkan suatu hasil optimal yang memenuhi rasa kepuasan yang tinggi bagi calon pembeli sepeda motor bekas.

**Model Penelitian**



**Bagan 1. Model Penelitian**

Sumber: *Kajian Teori 2024*

## Metode Penelitian

### Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan yang penting bagi kegiatan penelitian, karena pengumpulan data tersebut akan menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian. Sehingga dalam pemilihan teknik pengumpulan data harus cermat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner.

Menurut (Sugiyono, 2005:162). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penggunaan kuesioner dimaksudkan untuk :

1. Mengumpulkan informasi sebagai bahan dasar penyusunan catatan permanen.
2. Untuk menjamin validitas informasi yang diperoleh dengan metode lain.
3. Lakukan evaluasi terhadap suatu program bimbingan.
4. Untuk mengambil sampel sikap atau pendapat responden

### Data dan Sumber Data

Menurut Hasan (2002: 82) data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Individu memberikan informasi ketika diwawancarai, diberikan kuesioner atau diamati. Data primer yang diberikan pada penelitian ini adalah kuesioner yang akan dibagikan pada responden. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2002: 58). Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya. Data sekunder dalam penelitian ini digunakan sebagai latar belakang penelitian, tinjauan pustaka dan metodologi penelitian.

### Analisis Data

Analisis data yang dilakukan adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model AHP. *Analytical Hierarchy Process* (AHP) adalah metode untuk memecahkan suatu situasi yang kompleks tidak terstruktur kedalam beberapa komponen dalam susunan yang hirarki, dengan memberi nilai subjektif tentang pentingnya setiap variabel secara relatif, dan menetapkan variabel mana yang memiliki prioritas paling tinggi guna mempengaruhi hasil pada situasi tersebut. Langkah-langkah dalam metode AHP :

1. Menyusun hierarki dalam bagan struktur hirarki AHP
2. Membuat matriks perbandingan berpasangan (pairwisw comparison) antar kriteria
3. Menetapka bobot prioritas kriteria dengan menentukan bobt eigenvector
4. Mengukur konsistensi logis dengan menguji indeks konsistensi (consistenci index/CI) dan konsistensirasio (ratio consistency/CR) kriteria
5. Membuat matriks perbandingan berpasangan (pairwise comparison) dan bobot prioritas (eigen vector) dan alternatif kaitannya dengan kriteria serta mengukur konsistensi logisnya
6. Membuat prioritas global (global priority)
7. Kembali ke bagan struktur hierarki dan menuliskan hasil perhitungan pada kotak masing-masing kriteria dan alternatif
8. Mengambil keputusan

**Tabel 1. Nilai Dan Definisi Pendapatdalam Skala Perbandingan**

Intensitas Kepentingan	Definisi	Penjelasan
1	Elemen yang satu sama pentingnya dibanding dengan elemen yang lain	Kedua elemen menyumbang sama besar pada sifat tersebut
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting daripada elemen yang lain	Pengalaman menyatakan sedikit memihak pada satu elemen
5	Elemen satu jelas lebih penting daripada elemen yang lain	Pengalaman menunjukkan secara kuat memihak pada satu elemen
7	Elemen yang satu sangat jelas lebih penting daripada elemen yang lain	Pengalaman menunjukkan seara kuat disukai dan didominasi oleh sebuah elemen
9	Elemen yang satu utlak lebih penting daripada elemen yang lain	Pengalaman menunjukkan satu elemen sangat jelas lebih penting
2,4,6,8	Apabila ragu-ragu antara dua nilai yang berdekatan	Nilai ini diberikan bila diperlukan kompromi

Nilai-nilai perbandingan antar elemen yang telah didapatkan, kemudian diolah untuk menentukan peringkat bobot elemen (kriteria) dari seluruh elemen yang ada. Baik elemen kualitatif maupun elemen kuantitatif dapat dibandingkan sesuai dengan penilaian informan/responden yang telah ditentukan untuk menghasilkan bobot prioritas

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil

**Tabel 2. Kriteria Penelitian**

Kriteria			
Kelengkapan	Transitivitas	Kesinambungan	Lebih banyak, Lebih baik
0,21	0,35	0,27	0,17

Analytical Hierarchy Process menentukan kepentingan relative atau bobot kriteria (transitivitas, kelengkapan, kesinambungan dan lebih banyak produk lebih baik). Untuk mengatur kriteria dalam urutan kepentingan. Kriteria prioritas adalah kriteria yang mendapatkan bobot rata-rata tertinggi.

Pertama, untuk keseluruhan kriteria utama berdasarkan hasil dari perhitungan yang paling berpengaruh adalah Kelengkapan. tersedianya suatu produk yang ditawarkan untuk dimiliki dari segi kualitas dan atribut dari produk tersebut.

Kedua adalah kesinambungan, orang yang berpikir logis akan memilih kepada hal-hal yang disukainya. Dengan kata lain, orang biasanya akan memilih sesuatu yang akan memberi mereka kepuasan terbesar dari berbagai pilihan. Hal ini sesuai dengan pemikiran bahwa produk yang lebih menarik memberikan kepuasan yang lebih penting daripada barang yang kurang menarik.

Ketiga adalah yaitu transitivitas, konsistensi seseorang dalam membuat keputusan terlihat ketika dihadapkan dengan beberapa alternatif produk. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang akan selalu konsisten dalam memilih satu produk dibandingkan produk lainnya dalam setiap alternatif pilihannya..

Keempat adalah lebih banyak lebih baik, terlepas dari kenyataan bahwa akan dibatasi oleh pendapatan mereka, konsumen akan selalu mengkonsumsi lebih banyak untuk kepuasan yang akan mereka peroleh. Penting untuk dicatat bahwa preferensi tidak bergantung pada harga atau pendapatan.

Pada kriteria kelengkapan produk, transitivitas dan lebih banyak lebih baik yang paling disukai adalah Vario. Sedangkan Beat dan Sonic memiliki nilai dibawahnya, artinya Vario lebih diungguli dari Beat dan Sonic dari segi preferensi dari konsumen.

**Tabel 3. Alternatif Penelitian**

Alternatif		
Beat	Vario	Sonic
0,36	0,39	0,25

Berdasarkan perhitungan global priority dan bagan struktur hirarki di atas, diperoleh Beat = 0,36, Vario 0,39 dan Sonic = 0,25. Dengan demikian dapat diambil keputusan bahwa preferensi konsumen sepeda motor di kecamatan Pineleng adalah Honda Vario. Jadi disarankan dan direkomendasikan kepada konsumen yaitu sepeda motor honda vario ketika melakukan pembelian sepeda motor. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Putra yang berjudul Sistem Pendukung Keputusan Memilih Sepeda Motor Matic Terbaik 'Honda 110cc' Dengan Metode AHP.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil dari data lapangan yang didapat bahwa perbandingan berpasangan dari ketiga alternatif berdasarkan kriteria kelengkapan didapat bahwa 0,35, vario 0,42, dan sonic 0,23. Jadi perbandingan yang dilakukan oleh konsumen terhadap ketiga sepeda motor berdasarkan kelengkapan adalah vario menempati rangking pertama dibandingkan beat dan sonic. Berpengaruhnya kelengkapan terhadap preferensi dapat dilihat pada hasil penelitian ini dari kriteria kelengkapan menempati rangking pertama pada perbandingan antar kriteria. Selain itu juga, kelengkapan merupakan indikator dari preferensi. Hal ini diperkuat oleh teori dari Karim mengenai salah satu indikator dari preferensi yaitu kelengkapan yang mengatakan bahwa di antara dua situasi, setiap individu selalu dapat memilih keadaan yang disukainya. Semua produk yang tersedia dapat dibandingkan dan dievaluasi oleh pelanggan. Konsumen selalu dapat memilih dengan tepat salah satu kemungkinan jika A dan B adalah dua keadaan produk yang berbeda. Untuk setiap dua jenis barang A dan B, konsumen akan lebih menyukai A dibanding B, atau lebih menyukai B dibanding A, atau menyukai kedua barang tersebut, atau kurang menyukai kedua barang tersebut. Kecenderungan ini mengabaikan pertimbangan biaya untuk mendapatkannya. Karena

setiap orang mengetahui pilihan mana yang lebih baik atau lebih buruk, dan karena itu selalu dapat memilih antara dua pilihan, diasumsikan bahwa mereka tidak akan pernah ragu untuk mengambil keputusan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Maharini dan Tricahyono yang menggunakan variable preferensi bahwa secara tidak langsung kelengkapan berpengaruh kuat terhadap preferensi dikarenakan kelengkapan merupakan indikator dari preferensi dan merupakan bagian penting dalam penelitiannya.

Berdasarkan hasil dari data lapangan yang diambil dari penelitian ini, bahwa perbandingan berpasangan dari ketiga alternatif berdasarkan kriteria transivitas yaitu Vario 0,39, Beat 0,36 dan Sonic 0,25. Jadi perbandingan berpasangan yang dilakukan oleh konsumen terhadap ketiga sepeda motor yaitu vario menempati rangking pertama dengan nilai 0,39. Berpengaruhnya transivitas terhadap preferensi dapat dilihat dari hasil penelitian ini berdasarkan kriteria transivitas menempati rangking ketiga pada penelitian ini. Selain itu juga, transivitas merupakan indikator dari preferensi. Secara tidak langsung transivitas cukup berpengaruh terhadap preferensi. Hal ini diperkuat oleh teori dari Rianto mengenai indikator dari preferensi konsumen berdasarkan transivitas yaitu konsistensi seseorang dalam membuat keputusan terlihat ketika dihadapkan dengan beberapa alternatif produk. Apabila seorang individu berpendapat bahwa “produk A lebih disukai daripada produk B”, dan “produk B lebih disukai daripada produk C”. Konsumen akan berpendapat “produk A lebih disukai daripada produk C”. Prinsip ini sebenarnya bertujuan untuk menjamin konsistensi internal individu dalam pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa seorang individu akan selalu konsisten dalam memilih suatu produk dibandingkan produk lainnya dalam setiap alternatif pilihannya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa perbandingan berpasangan dari ketiga alternatif berdasarkan kriteria kesinambungan yaitu Beat 0,38, Vario 0,37 dan sonic 0,26. Artinya perbandingan berpasangan yang dilakukan oleh konsumen terhadap ketiga alternatif tersebut yaitu Beat menempati rangking pertama dengan nilai 0,38. Berpengaruhnya kesinambungan terhadap preferensi konsumen dapat dilihat dari hasil penelitian ini yaitu kesinambungan berada pada rangking kedua. Selain itu juga kesinambungan merupakan indikator dari preferensi. Hal ini diperkuat oleh teori dari Rianto yang mengatakan bahwa seorang individu berpendapat bahwa “produk A lebih disukai daripada produk B”, oleh karena itu, akan selalu ada konsumen yang secara konsisten memilih produk yang akan dikonsumsinya. Akibatnya, setiap keadaan yang mirip dengan produk A pasti juga lebih disukai daripada produk B.

Berdasarkan data lapangan yang diambil dari penelitian ini, perbandingan berpasangan antar alternatif berdasarkan kriteria lebih banyak lebih baik yaitu Beat 0,36 Vario 0,38 dan Sonic 0,26. Artinya perbandingan berpasangan yang dilakukan oleh konsumen terhadap ketiga alternatif tersebut yaitu Vario menempati rangking pertama dengan nilai 0,38. Berpengaruhnya lebih banyak lebih baik terhadap preferensi konsumen dapat dilihat dari hasil penelitian ini yaitu lebih banyak lebih baik berada pada rangking keempat. Selain itu juga lebih banyak merupakan indikator dari preferensi. Hal ini diperkuat oleh teori dari Rianto yaitu berapa banyak pemenuhan akan meningkat dengan asumsi individu dalam mengkonsumsi lebih banyak produk atau barang tersebut. Konsumen akan secara konsisten meningkatkan konsumsinya untuk kepuasan yang akan diperoleh meskipun mereka akan dibatasi oleh penghasilan (budget constraint). Kondisi ini menunjukkan bahwa setiap orang selalu memiliki kemampuan untuk mengurutkan semua situasi dan kondisi dari yang paling menguntungkan hingga yang paling tidak menguntungkan dari berbagai penawaran. Barang yang paling menarik bagi konsumen adalah item yang akan dia pilih. Penting untuk dicatat bahwa preferensi tidak bergantung pada harga atau pendapatan. Kapasitas untuk membeli barang atau produk tersebut tidak menentukan preferensi suka atau tidaknya konsumen. Kadang-kadang, seseorang lebih memilih produk A daripada produk B, tetapi sumber keuangannya hanya memungkinkan untuk membeli produk B.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan data dan hasil perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa :

1. Perhitungan global priority dan bagan struktur hirarki, diperoleh Beat = 0,36, Vario 0,39 dan Sonic = 0,25. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa preferensi konsumen sepeda motor di kecamatan Pineleng adalah Honda Vario.
2. Perbandingan berpasangan dari ketiga alternatif berdasarkan kriteria kelengkapan didapat bahwa beat 0,35, vario 0,42 dan sonic 0,23. Kelengkapan menempati rangking pertama pada perbandingan kriteria yang dilakukan oleh peneliti yaitu 0,35.

3. Perbandingan berpasangan dari ketiga alternatif berdasarkan kriteria transivitas yaitu Vario 0,39, Beat 0,36 dan Sonic 0,25. Transivitas menempati rangking ketiga pada perbandingan kriteria yaitu 0,21.
4. Perbandingan berpasangan dari ketiga alternatif berdasarkan kriteria kesinambungan yaitu Beat 0,38, Vario 0,37 dan sonic 0,26. Kesinambungan menempati rangking kedua pada perbandingan berpasangan antar kriteria yaitu 0,27.
5. Perbandingan berpasangan antar alternatif berdasarkan kriteria lebih banyak lebih baik yaitu Beat 0,36 Vario 0,38 dan Sonic 0,26. Lebih banyak lebih baik menempati rangking keempat pada perbandingan berpasangan antar kriteria yaitu 0,17.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan terkait penelitian ini adalah:

1. Bagi konsumen  
Disarankan pada konsumen untuk tidak cepat mengambil keputusan dalam pembelian sepeda motor dan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi konsumen untuk membeli sepeda motor
2. Bagi peneliti selanjutnya  
Diharapkan peneliti untuk melakukan penelitian dengan objek yang berbeda serta variable yang berbeda. Peneliti juga bisa menggunakan tahun penelitian terbaru dan diharapkan peneliti selanjutnya melakukan pengamatanyang lebih lama agar penelitian lebih akurat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, N. A. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Sepeda Motor Bekas Dengan Metode AHP Dan SAW (Studi Kasus: Sahabat Motor). *STRING (Satuan Tulisan Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 5(2), 160-170. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/STRING/article/view/7739>
- F. Mangindaan, D.P.E Saerang, J. Tumiwa (2017) Consumer Preferences Of Offroad Double Cabin Vehicle In Manado Using Ahp Method (Case Study: Toyota Hilux, Isuzu D-Max And Mitsubishi Strada Triton) *Vol 5, No 2 (2017)* <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16722>
- Karim, Adiwarmen A. (2015). Ekonomi Mikro Islam, cetakan ke 7. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler P. (2000), Manajemen Pemasaran Cet Ke-10, Prehalindo, Jakarta.
- Kotler P. dan Amstrong G. (2000), prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta, Erlangga
- Kotler, P. (2008). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- M.Iqbal Hasan, (2002). Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya, Penerbit Ghaalia Indonesia: Jakarta
- N.C. Lasut, S.S. Pangemanan, M.H.C. Pandowo (2021) Consumer Preferences In Donut Shop Using Analytical Hierarchy Process (Ahp) Method (Case Study: Dolphin Donuts, Dunkin' Donuts Mantos And J.Co Megamall). *Vol 9, No 2 (2021)*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33904>
- Nur Rianto Al Arif, (2014) Teori Mikroekonomi, Kencana, Jakarta.
- Sugiyono. (2005). Memahami Penelitian Kualitatif. Alfabeta.