

ABSTRAK

Pertumbuhan pasar otomotif nasional empat tahun terakhir ini mengalami peningkatan pertumbuhan pasar yang cukup signifikan. Hal ini diikuti pula dengan kenaikan penjualan di pasar mini MPV *hatchback*. Honda Jazz yang termasuk dalam kategori ini memiliki prestasi yang luar biasa dimana penjualannya mencapai dua kali lipat dari yang ditargetkan oleh Pt Honda Prospect Motor selaku agen tunggal pemegang merek Honda di Indonesia.

Kinerja yang baik dari Honda Jazz ini disebabkan karena fitur-fitur yang ditawarkan Honda Jazz yang memberikan *best value* bagi konsumen. Honda Jazz memiliki teknologi tinggi dengan harga yang relatif terjangkau. Prestasi Honda Jazz ini telah diakui oleh banyak pihak, hal ini dibuktikan dengan banyaknya penghargaan yang diterima oleh Honda Jazz salah satunya yaitu penghargaan *Best Mini MPV* dari Majalah *Auto Blitz*.

Dalam perkembangannya, PT HPM mengeluarkan mobil Honda Jazz versi VTEC dengan teknologi yang lebih baru dan performa mesin yang lebih bertenaga. Walaupun mobil Honda Jazz VTEC tersebut dijual dengan harga yang lebih mahal dan berdasarkan data pengetesan yang dilakukan oleh berbagai media otomotif bahwa penggunaan BBM lebih boros dibandingkan mobil Honda Jazz versi i-DSI namun penjualan mobil Honda Jazz VTEC tetap tinggi.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui motif-motif yang menyebabkan konsumen membeli dan menggunakan mobil mini MPV *hatchbak* Honda Jazz VTEC di Surabaya. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah informasi untuk perusahaan PT Honda Prospect Motor dan dasar bagi penelitian selanjutnya.

