

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI SOLO**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :  
NENI PRASETYO  
11074558**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA  
2010**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI SOLO**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Program  
Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

**NENI PRASETYO  
11074558**



**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
2010**

**HALAMAN PERSETUJUAN**



**Disetujui,**

**Dosen Pembimbing Skripsi**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. Sukoco', is written over the printed name below.

**(Drs. Andreas Ari Sukoco,MM,M.Min)**

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi  
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian

Syarat-Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

13 Januari 2011

Mengesahkan

Dekan,



(Gidion P. Adirinekso S.E, M.Si)

Dewan Penguji:

1. **Drs. Andreas Ari Sukoco,MM,M.Min**

2. **Dra. Ambar Kusuma Astuti,M.Si**

3. **Dra. Ety Istriani,MM**

A handwritten signature in black ink, positioned above a dotted line.

A handwritten signature in black ink, positioned above a dotted line.

A handwritten signature in black ink, positioned above a dotted line.

HALAMAN MOTTO

*" Not by might, not by power, but by His Grace ... "*

*Zakaria 4 : 6*

*" Jangan seorangepun menganggap engkau rendah karena engkau muda ... "*

*I Timotius 4:12*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- **Tuhan Yesus**
- **Bapak Drs Andreas Ari Sukoco MM,M.Min**
- **Papa Ging dan Mama Lisa**
- **Koko'q Nanang Prasetyo**
- **Gunawan'z Family ( iie2'q dan om'q )**
- **My LuphLy**
- **Veronica, Jonathan, Anto, Happy, Firman, Robert .**
- **My bro & my sist...**
- **Almamaterku Universitas Kristen Duta Wacana  
Yogyakarta.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala pengetahuan, kekuatan dan karunia yang dianugerahkanNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : “ FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI SOLO.”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi jurusan manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, maka skripsi ini tidak akan terselesaikan. Maka sudah sepantasnya dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu memberikan penyertaan dan rahmatnya sehingga penulis dimampukan untuk mengerjakan dan menyelesaikan kripsi ini.
2. Bapak Drs. Andreas Ari Sukoco,MM,M.Min . Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran sebanyak mungkin untuk memberikan bimbingan, pengarahan, serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai.
3. Seluruh keluargaku yang telah mendukung dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

4. Semua teman-temanku yang telah membantu dan memberikan support dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tiada sesuatu yang sempurna, demikian juga skripsi ini masih ada kesalahan dan kekurangan dalam penyusunannya. Oleh karena itu, segala saran dan kritik yang bersifat positif sangat diharapkan . Akhirnya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Yogyakarta, 14 Desember 2010

Penulis

Neni Prasetyo



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Penelitian.....	2
1.4. Batasan Masalah.....	2
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1. Pengertian Pemasaran.....	7
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.3. Konsep Pemasaran.....	8

2.4. Pengertian Perilaku Konsumen.....	9
2.4.1.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ...	10
2.4.2.Faktor Budaya .....	10
2.4.3.Faktor Sosial .....	11
2.4.2.Faktor Pribadi.....	12
2.4.3.Faktor Psikologis.....	13
2.4.4.Pembelian.....	13
 BAB III METODA PENELITIAN.....	 15
3.1. Data.....	15
3.1.1. Sumber Data.....	15
3.1.2. Pengumpulan Data.....	16
3.2. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel.....	17
3.2.1. Variabel Penelitian.....	17
3.2.2. Pengukuran Variabel.....	17
3.2.3. Definisi Marketing Mix.....	18
3.3. Metode Analisis Data.....	19
3.3.1. Uji Validitas.....	19
3.3.2. Uji Reliabilitas.....	20
3.3.3. Analisis Prosentase.....	21
3.3.4. Uji Statistik.....	21
3.3.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	21
3.3.4.2. Uji Hipotesis.....	22

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1. Statistik Deskriptif.....	26
4.2. Analisis Data Penelitian.....	27
4.2.1. Uji Validitas.....	27
4.2.2. Analisis Reliabilitas.....	28
4.3 Karakteristik Responden.....	29
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
4.4.1. Uji T.....	35
4.4.2. Uji F.....	37
4.4.3. Koefisien Determinasi.....	39
4.5. Pembahasan.....	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
5.1. Kesimpulan.....	42
5.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	43
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas .....	28
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	29
Tabel 4.3	Hasil Prosentase Berdasarkan Usia .....	30
Tabel 4.4	Hasil Prosentase Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	31
Tabel 4.5	Hasil Prosentase Berdasarkan Pekerjaan .....	32
Tabel 4.6	Hasil Prosentase Berdasarkan Penghasilan .....	32
Tabel 4.7	Hasil Regresi Linier Berganda .....	33
Tabel 4.8	Hasil Uji t .....	35
Tabel 4.9	Hasil Uji F .....	38
Tabel 5.0	Hasil Uji Koefisien Determinasi Determinasi .....	39
Tabel 5.1	Ringkasan Hasil Penelitian .....	40



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Kurva Uji t .....	23
Gambar 3.2. Kurva Uji F .....	25

© UKDW

## ABSTRAKSI

Penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar keputusan konsumen untuk membeli sepeda motor Yamaha di Solo dan atribut-atribut apa saja yang mempengaruhi keputusan tersebut. Data diperoleh dengan cara observasi, yaitu dengan menyebarkan 130 kuesioner kepada 130 responden yaitu pelanggan Dealer Yamaha di kota Solo.

Metode analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reabilitas, Analisis Prosentase dan Analisis Regresi Linier Berganda.

Berdasarkan hasil Analisis Regresi Linier Berganda, maka diperoleh simpulan bahwa ada satu variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi variabel keputusan pembelian tidak signifikan hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi jauh diatas 0.05. Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen untuk membeli sepeda motor Yamaha di pengaruhi oleh variabel Harga, Daya Tahan Mesin dan Desain.

**Kata Kunci :** Keputusan Pembelian, Regresi.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. 1. Latar Belakang**

Dengan berkembangnya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, maka semakin berkembang pula merk motor yang beredar di Indonesia saat ini sehingga menimbulkan kompetisi yang sangat kuat. Dengan demikian setiap perusahaan akan berlomba-lomba menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologinya guna mendukung setiap produk yang dihasilkan dari perusahaan.

Dengan demikian pula perusahaan yang bergerak di bidang otomotif, mereka berperang melawan pesaing-pesaingnya guna merebut pasar, dengan keunggulan teknologi yang dimilikinya. Mereka berharap dengan teknologi maju dapat menciptakan produk-produk yang disukai dan dibutuhkan oleh konsumennya. Pemasar berusaha mencari peluang-peluang pasar dengan berbagai keunggulan yang ditampilkan pada setiap produknya, agar konsumen mempunyai perilaku yang baik dan puas dengan produk-produk tersebut. Di bidang otomotif, khususnya industri sepeda motor hal ini terasa sekalipersaingannya. Bahkan setiap periode tahun selalu ada produk-produk baru bagi industri mereka, dengan desain-desain yang berbeda dengan produk produk lama.

Hal ini menyebabkan tingkat siklus kehidupan produk menjadi semakin cepat dan semakin singkat. Misalkan saja sepeda motor merk Yamaha, yang terkenal dengan kecepatan laju dan didesain sangat bagus.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis mengambil judul ” **“Faktor–faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Solo.”**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka perumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

- a. Faktor-faktor Harga, daya tahan mesin, desain dan kenyamanan apakah mempengaruhi pembelian sepeda motor Yamaha di Solo?
- b. Faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi dalam melakukan pembelian sepeda motor Yamaha di Solo?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.
- b. Untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor Yamaha.

## **1.4. Batasan Masalah**

Penulis akan meneliti tentang “Faktor–faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Solo.”

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

- a. Faktor–faktor yang diteliti meliputi variabel Harga, Daya tahan mesin, Desain dan Kenyamanan Mempengaruhi keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Solo.”
- b. Daerah yang diteliti di Daerah Surakarta.
- c. Jumlah responden yang diteliti 130 orang, yaitu mereka yang telah melakukan pembelian sepeda motor yamaha di dealer ”Sumber baru rejeki” .
- d. Profil yang akan diteliti berdasarkan hasil observasi penulis adalah:
  - i. Jenis Kelamin : Laki-laki  
Perempuan
  - ii. Tingkat Pendidikan :SD, SMP, SMU, SARJANA
  - iii. Pekerjaan :Pelajar, Pegawai Swasta, Negri, Wiraswasta.
- e. Asosiasi yang akan diteliti oleh penulis dilihat berdasarkan tingkat pembelian , dilihat dari lima sebagai berikut :

1. Pemrakarsa atau *initiator*.

Pemrakarsa adalah orang yang pertama-tama memberikan pendapat atau pikiran untuk membeli produk atau jasa tertentu.

2. Pemberi pengaruh atau *influencer*.

Pemberi pengaruh adalah orang yang pandangan /nasehatnya memberi bobot dalam pengambilan keputusan akhir.

3. Pengambilan keputusan atau *decider*.

Pengambilan keputusan adalah orang yang sangat menentukan sebagian atau keseluruhan keputusan pembelian adalah pembeli, apa yang akan dibeli, kapan hendak membeli, dengan cara bagaimana membeli, atau dimana akan membeli.

4. Pembeli atau *buyer*.

Pembeli adalah orang yang melakukan pembelian secara nyata.

5. Pemakai atau *user*.

Pemakai adalah orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa.

### 1. 5. Manfaat Penelitian

a. Bagi penulis

1. Memperluas wawasan penulis terhadap fenomena yang terjadi dalam bidang pemasaran.
2. Penelitian dapat digunakan sebagai bahan perbandingan sampai sejauh mana teori-teori yang didapat selama masa perkuliahan dapat diterapkan dalam dunia nyata.
3. Merupakan latihan bagi penulis untuk mendefinisikan masalah, menganalisa situasi serta mengadakan penyelidikan dan penelitian yang bersifat formal.

b. Bagi universitas

1. Sebagai sumbangan informasi untuk menyusun strategi universitas.
  2. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengantisipasi perkembangan permasalahan universitas di bidang pemasaran.
- c. Bagi pihak lain
1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang tertarik dengan bidang ini.
  2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi yang kelak bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya.



UKDW

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh variabel harga, Daya Tahan mesin, desain, kenyamanan terhadap pembelian sepeda motor Yamaha di solo, di mana sampelnya adalah 130 responden Yamaha, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hipotesis 1 ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di solo terbukti.
  - b. Hipotesis 2 ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa Daya Tahan Mesin berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di solo terbukti.
  - c. Hipotesis 3 ( $H_3$ ) yang menyatakan bahwa Desain berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di solo terbukti.
  - d. Hipotesis 4 ( $H_4$ ) yang menyatakan bahwa Kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di solo tidak terbukti.
- Dilihat dari besarnya Koefisien Regresi faktor yang paling dominan dalam keputusan pembelian konsumen adalah Variabel Daya tahan Mesin.

## 5.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian ini yang telah dikemukakan di atas, ada beberapa hal yang dapat disarankan untuk penelitian selanjutnya, yakni:

- a. Perlu dikaji lebih dalam lagi variabel-variabel bebas dalam penelitian ini dan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- b. Data primer yang diperoleh dari responden penelitian melalui kuesioner sebaiknya lebih dari 130 kuesioner. Selain itu, pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.

## 5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian yang perlu diperhatikan untuk penelitian-penelitian selanjutnya sebagai pengembangan dari penelitian ini adalah bahwa data primer yang diperoleh dari 130 responden hanya didasarkan pada kuesioner tertutup sehingga sangat dimungkinkan terjadinya perbedaan persepsi dengan keadaan sebenarnya yang terjadi pada responden.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. 2003. **Metode Penelitian, Edisi Pertama**, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hasan, M.I. 2002. **Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif). Edisi Kedua**. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P. 1994. **Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian**. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Armstrong, G. 1997. **Dasar-dasar Pemasaran**. Jakarta: Phrehalindo.D
- Kotler, P. 2000. **Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian**. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. 2000. **Marketing Management. The Millnennium Edition. New Jersey: Prentice Hall.**
- Stanton, W.J. 1997. **Fundamental of Marketing**. Tokyo: Mc. Graw-Hill Book.
- Supranto, J. 1992. **Statistik: Teori dan Aplikasi. Jilid 1. Edisi Kelima**. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 2003, **Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kelima**. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. 2002. **Manajemen Pemasaran Modern. Edisi Kedua**. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy, 1995, **Strategi Pemasaran** , Yogyakarta: Andi Offset.
- Lamb Jr., Charles W. ; Hair, Joseph F.; McDaniel Carl. 2001. **Pemasaran, Buku 1** , Jakarta: Salemba Empat.