PENGARUH VARIABEL-VARIABEL PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MERK HONDA VARIO DI DEALER GALAXY KEDIRI TAHUN 2014

ARTIKEL SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S. E)
Program Studi Manajemen

OLEH:
LAMBANG PRIYOJATI
NPM: 10.1.02.02.0131

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2014

Skripsi Oleh:

LAMBANG PRIYOJATI
NPM : 10.1.02.02.0131

Judul:

PENGARUH VARIABEL-VARIABEL PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MERK HONDA VARIO DI DEALER GALAXY KEDIRI TAHUN 2014

Telah disetujui untuk diajukan Kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Jurusan Manajemen

FE UNP Kediri

Tanggal: Desember 2014

Pembimbing I	Pembimbing II
Prof. Dr. Sugiyono, S.E., M.M.	Ema Nurzainul, S.E., M.M.
NIDN. 001.401.5706	NIDN. 07271207802

ii

Skripsi Oleh:

LAMBANG PRIYOJATI
NPM: 10.1.02.02.0131

Judul:

PENGARUH VARIABEL-VARIABEL PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MERK HONDA VARIO DI DEALER GALAXY KEDIRI TAHUN 2014

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Jurusan Manajemen FE UNP Kediri

Pada Tanggal : .....

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. H. Samari, SE, M.M .....
2. Penguji I : Dr. H. Samari, SE, M.M .....
3. Penguj. II : Roni Kurniawan, SE. M.M .....

Mengetahui, Desember 2014
Dekan FE

Dr. Subagya, M.M.
NIDN. 0717066601

iii

PENGARUH VARIABEL-VARIABEL PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MERK HONDA VARIO DI DEALER GALAXY KEDIRI TAHUN 2014

Lamabang Priyojati
10.1.02.02.0131
Ekonomi - Manajmen
h.djoe@yahoo.com
Prof. Dr. Sugiyono, S.E., M.M 1 dan Ema Nurzainul, S.E., M.M.2
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

LAMBANG PRIYOJATI: Pengaruh Variabel-Variabel Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Honda Vario Di Dealer Galaxy Kediri Tahun 2014, Skripsi, Akuntansi, FE UNP Kediri, 2013.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel perilaku konsumen yang terdiri dari variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan spikologis terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Honda Vario di Dealer Galaxi kediri baik secara simultan maupun parsial, dan untuk mengetahui dan menganalisis variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Honda Vario di Dealer Galaxi Kediri. Teknik analisis yang di gunakan adalah analisis regresi berganda, uji F dan uji T.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kebudayaan sosial, pribadi dan spikologis secara simultan maupun secara parsial berpengaruh sigmifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Galaxi Kediri. Hal ini di dukung pula tanggapan konsumen atau responden serta teori yang ada, yaitu 82% menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa sepeda motor Honda Vario merupakan sepeda motor matic yang trend saat ini, 92% dapat mencerminkan kepribadian yang membanggakan, 74% meringankan biaya transportasi, 84% membeli sepeda motor Honda Vario kerena merupakan kebutuhan transportasi yang harus di penuhi. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian di Dealer Galaxi Kediri adalah spikologis yang terdiri dari Honda Vario merupakan kebutuhan transportasi yang harus di penuhi, Adanya kemudahan dalam mengendarai kendaraan, dan meningkatkan prestise.

Kata Kunci

Kebudayaan sosial, pribadi, spikologis, dan keputusan pembelian

I. Latar Belakang

Dalam dunia yang semakin modern dan serba cepat, sepeda motor merupakan suatu kebutuhan bagi masyarakat, pandangan tentang sepeda motor sudah mulai berkembang sejalan dengan kemajuan teknologi dan tingkat pendidikan di mana sepeda motor di butuhkan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan alat transportasi saja, melainkan untuk memenuhi kebutuhan akan status, kebutuhan sosial, dan lain-lain.

Salah satu produk yang selalu bersaing dalam menciptakan inovasi-inovasi baru adalah sepeda motor *matic*. Selama ini perusahaan sepeda motor selalu ingin memberikan keunggulan-keunggulan dan kenyamanan bagi para konsumennya dengan memperbaiki dan menciptakan sepeda motor yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumennya. Sepeda motor merk Honda Vario mempunyai keunggulan salah satunya adalah di rakit secara otomatis dengan desain *jet matic* dan di desain secara ramping tetapi masih mengesankan aura *sporty* selain itu disediakan banyak pilihan warna dengan modivikasi *air brush* yang indah sehingga produk tersebut mendapat respon cukup besar di kalangan masyarakat. Hal ini tentunya menambah pamor Honda sebagai pabrikan sepeda motor yang handal dan terpercaya dengan slogan *one heart*.

Hal ini di perlukan sebagai masukan dan informasi dari konsumen atas faktor-faktor yang di pertimbangkan konsumen atau perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Berdasarkan keputusan tersebut, maka perusahaan menentukan kebijakan-kebijakan pemasaran sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor. Lebih jauh lagi dalam mendistribusikan produknya ke pasar perusahaan dapat menyesuaikan dengan apa yang di inginkan konsumen. Berkaitan dengan hal tersebut keanekaragaman pertimbangan atau perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dapat di pengaruhi oleh berbagi faktor baik yang berasal dari luar dan dari dalam diri konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengarui perilaku konsumen di antaranya adalah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Faktor kebudayan merupakan faktor yang bersifat dinamis karena selalu berubah setiap waktu sesuai dengan perkembangan zaman seiring dengan tingkat kebutuhan manusia yang semakin bertambah. Kelas sosial

merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan anggotanya menganut nilai-nilai, dan perilaku yang serupa. Faktor pribadi sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan di mana ia tinggal dan hidup padawaktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh di masa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang.

Dari uraian tersebut di atas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **PENGARUH VARIABEL-VARIABEL PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MERK HONDA VARIO DI DEALER GALAXY KEDIRI TAHUN 2014**

II. Metode

1. Identifikasi Variabel

a. Variabel bebas atau *independent* dalam penelitian ini adalah :

1) Kebudayaan (X_1)
2) Sosial (X_2)
3) Pribadi (X_3)
4) Psikologis (X_4)

b. Variabel terikat *(dependent)* ini adalah : Keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario (Y)

2. Definisi Operasional Variabel

a. Kebudayaan (X_1)

Kebudayaan merupakan susunan nilai-nilai dasar persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari oleh konsumen tentang sepeda motor Honda Vario.

Indikator dari variabel tersebut terdiri dari :

1) Menggunakan dan mengendarai sepeda motor Honda Vario dapat mendukung seseorang dalam hal berpenampilan(*trend*)
2) Pembelian Honda Vario mudah diperoleh
3) Pandangan bahwa mengendarai sepeda motor Honda Vario dapat meningkatkan *Prestige*

b. Sosial (X_2)

Merupakan kaitan perilaku sosial maupun pribadi konsumen dalam

keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario. Indikatornya adalah :

1) Pengalaman dari anggota keluarga

2) Tuntunan aktivitas atau pekerjaan

3) Cerminan kepribadian yang membanggakan

c. Pribadi (X_3)

Sikap konsumen dalam menentukan keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario sesuai dengan keinginannya tanpa ada paksaan dari pihak lain.

Adapun indikator dari variabel tersebut adalah :

1) Efisiensi biaya transportasi

2) Situasi ekonomi

3) Gaya hidup

d. Psikologis (X_4)

Yaitu kondisi konsumen sepeda motor Honda Vario atas keinginan yang berasal dari diri pribadinya untuk menentukan kepuasannya sesuai dengan keinginannya.

1) Memenuhi kebutuhan transportasi

2) Kenyamanan mengendarai sepeda motor Honda Vario

3) Sepeda motor Honda Vario mudah atau simpel dioperasionalkan (dikenderai)

4) Keyakinan atau kepercayaan sepeda motor Honda Vario mempunyai kualitas yang handal

e. Keputusan pembelian (Y)

Merupakan suatu tindakan konsumen dalam menentukan altenatif pembelian sepeda motor Honda Vario yang diikuti oleh kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tersebut.

Dari variabel ini dapat ditentukan indikatornya antara lain :

1) Menjatuhkan pilihan atau altenatif pada produk yang terbaik

2) Pengambilan keputusan dilakukan secara sadar, rasional, obyektif dan terencana

3) Merekomendasikan pihak lain untuk membeli

III. Hasil dan Kesimpulan

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden.

dari sebaran jawaban responden tentang membeli sepeda motor Honda Vario karena adanya trend saat ini untuk menggunakan sepeda motor matic diperoleh hasil sebanyak 6 responden (12%) menyatakan sangat setuju, 35 responden (70%) menyatakan setuju, 7 responden (14%) menyatakan cukup setuju, 2 responden (4%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden produk Honda Vario berhasil merespon konsumen yaitu merupakan produk sepeda motor yang trend saat ini.

Sebaran jawaban responden tentang membeli sepeda motor Honda Vario karena mudah diperoleh sebanyak 22 responden (44%) menyatakan sangat setuju, 15 responden (30%) menyatakan setuju, 13 responden (26%) menyatakan cukup setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan daerah pemasaran dan Dealer sepeda motor Galaxi Kediri cukup banyak sehingga terjangjau konsumen atau mudah diperoleh.

Sebaran jawaban responden tentang membeli sepeda motor Honda Vario karena dapat mencerminkan kelas sosial diperoleh sebanyak 20 responden (40%) menyatakan sangat setuju, 14 responden (28%) menyatakan setuju, 15 responden (30%) menyatakan cukup setuju, 1 responden (2%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa sepeda

motor Honda Vario berhasil memberi kesan kelas sosial kepada konsumen.

a. Uji Validitas

Validitasa merupakan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan tugasnya sebagai alat ukur. Suatu instrumen pengukur dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut dapat memberikan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan dilakukannya pengukuran tersebut. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan mengikuti kaidah *produk moment* (r) pada tingkat signifikan 95%(á = 0,05) yaitu : uji validitas dengan metode ini merupakan uji validitas item, dasar kerjanya menggunakan komputerisasi dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing indikator dengan skor total test sebagai kriteria validasinya. Kriteria pengujian yang digunakan adalah membandingkan angka hasil pengujian dengan angka tabel dengan dasar pengambilan keputusan :

1) jika r hasil > r tabel, maka variabel tersebut valid.

2) Jika r hasil < r tabel, maka variabel tersebut tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (kehandalan) ditunjukkan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya *(reliabel).* Suatu pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, maksudnya ada toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil di antara hasil beberapa kali pengukuran.

Berdasarkan data hasil rekapitulasi skor jawaban responden sebagaimana disajikan dalam tabel di atas, selanjutnya di analisis denga pendekatan *alpha cronbach* yang dihitung dengan pogram SPSS versi 12 *for windons*, dengan hasil

yang di peroleh paling tidak mencapai 0,60 (Nurgiantoro, 2000:312). Hal itu berarti kuisioner yang digunakan untuk untuk mengumpulkan data dan informasi dapat dipercaya, sehingga kuisioner tersebut dapatmenghasilkan data yang sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa analisis regresi berganda, variabel kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda moror Honda Vario di Dealer Galaxi Kediri. Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian bahwa variabel kebudayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Honda Vario di Dealer Galaxi Kediri.
2. Berdasarkan hasil pengujian bahwa variabel Sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Honda Vario di Dealer Galaxi Kediri.
3. Berdasarkan hasil pengujian bahwa variabel Pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Honda Vario di Dealer Galaxi Kediri.
4. Berdasarkan hasil pengujian bahwa variabel Psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Honda Vario di Dealer Galaxi Kediri.
5. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Honda Vario di Dealer Galaxi Kediri.

Nilai *Adjusted* R *Square* keputusan pembelian sepeda motor dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen yaitu Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis sebesar 81,3%. Hal ini

menunjukkan bahwa masih terdapat pengaruh dari faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini sebesar 18,7%.

IV. Daftar Pustaka

Armaidi, 2010. *''Aplikasi Statistik adalam Penelitian".* CV. Pustaka Setia Bandung.

Agus, Eko Sapto, 2003. "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Cina Di Kota Kediri".* Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Kadiri.

Arikunto, Suharsimi, 1998. "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*". Edisi Revisi. Cetakan ke Sembilan. Rineke Cipta. Jakarta.

Assauri, Sofjan, 1999. "*Manajemen Pemasaran*". PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.

Engel, and J. Paul, et.al. 2004. *"Consumer Behaviour*". Jilid satu. Edisi ke Empat.

Ferdiansyah, Rizki, 2006. "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merk Indomie (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri).* Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Kadiri

Hasan, Iqbal, 2002. "*Pokok-pokok Materi Statistik II: Statistik Inferensial*. Bumi Aksara Jakarta.

Kotler, Philip, 2011. "*Manajemen Pemasaran*". Jilid II. Bumi Aksara Jakarta.

1997. "M*anajemen Pemasaran".* Edisi Bahasa Indonesia. Jilid I. PT.Prehalindo Jakarta.

Kusminarti, Mila, 2009. "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Dealer Resmi Honda Galaxy, Jl. Penglima Sudirman 81 Kediri).* Skripsi. Fakultas ekonomi. Universitas Kadiri.

Mowen, H, 2002. *"Perilaku Konsumen*". Jilid satu. Andi Yogyakarta.

Nurgiantoro, Burhan, Gunawan, Marzuki, 2000. "*Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial".* Universitas Gajah Mada Yogyakarta.

Rismiati, Catur, dan Bondan Sutrisno, 2001. "*Pemasaran Barang dan Jasa*". Kanisius Jakarta.

Sanusi, Anwar, 2003. "*Metodologi Penelitian Praktis Untuk Ilmu Sosial Dan Ekonomi".* Edisi Pertama. Cetakan pertama. Buntara Media Malang.

Sugiyono, 2004. *"Metode Penelitian Bisnis".* Cetakan pertama. CV. Alpha Beta Bandung.

Supranto, J., 1997. "*Metode Peramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi Dan Bisnis".* Rineka Cipta Jakarta.

Swasta, Bastu dan Handoko, T. Hani, 2000. "*Manajemen Barang dan Pemasaran*". Cetakan kedua. BPFE Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2002. "*Strategi Pemasaran*". Edisi kedua. Cetakan keenam. Andy Yogyakarta.