



**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR KAWASAKI NINJA DI JEMBER
(STUDI KASUS PADA MEMBER CLUB MOTOR JENIC DAN
NINJERS)**

SKRIPSI

Oleh:

Reza Pahlevi Ramadhan

NIM : 121.041.2013

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
JANUARI, 2017**



**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR KAWASAKI NINJA DI
JEMBER**

**(STUDI KASUS PADA MEMBER CLUB MOTOR JENIC DAN
NINJERS)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Reza Pahlevi Ramadhan
NIM : 121.041.2013

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
JANUARI, 2017

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reza Pahlevi Ramadhan

NIM : 121.041.2013

Prodi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : “pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor kawasaki ninja di jember (studi kasus pada member club motor jenic dan ninjers)” adalah karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 22 Desember 2016

Yang menyatakan,



Reza Pahlevi Ramadhan

NIM. 121.041.2013

SKRIPSI

**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR KAWASAKI NINJA DI
JEMBER**

**(STUDI KASUS PADA MEMBER CLUB MOTOR JENIC DAN
NINJERS)**

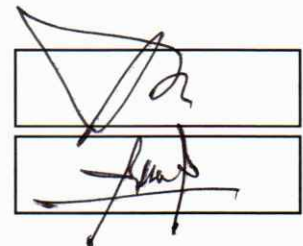
Oleh:

Reza Pahlevi Ramadhan
NIM : 121.041.2013

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Akhmad Suharto, MP

Dosen Pembimbing Pendamping : Budi Santoso, SE, MM.



MOTTO

Sesungguhnya orang-orang yang menunjukkan kebaikan mendapat pahala sama dengan orang yang melakukannya.

(H.R. Tirmidzi)

Surga itu dibawah telapak kaki ibu.

(H.R.Ahmad)

Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah.

(H.R. Turmudzi)

Harga kebaikan manusia adalah diukur menurut apa yang telah dilaksanakan atau diperbuatnya

(Ali Bin Abi Thalib)

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor kawasaki ninja di jember (studi kasus pada member club motor jenic dan ninjers), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 03 Januari 2017

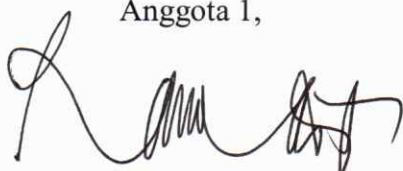
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



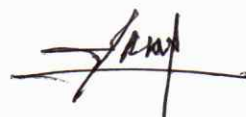
Drs. Naely Azhad, MSi
NPK.
19661231199031006

Anggota 1,



Drs. Akhmad Suharto, MP.
NPK. 89 06 242

Anggota 2,



Budi Santoso, SE. MM.
NPK. 10 03 711

Mengesahkan :

Dekan,



Dr. Arik Susbiyani, M.M
NPK. 01 09 289

Ketua Progam Studi,



Maheni Ika Sari, SE. MM.
NIP. 197708112005012001

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih jauh pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki Ninja di Jember. Sampel yang diambil yaitu sebanyak 60 pelanggan yang telah membeli dan memiliki sepeda motor Kawasaki Ninja dan menjadi member di klub sepeda motor Kawasaki Ninja Jember. Teknik pengumpulan data dari pelanggan menggunakan kuisioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda. Analisis yang digunakan yaitu *SPSS for Windows 16.0*. Hasil analisa penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup yang terdiri dari Pembelian Produk Bermanfaat, Kesukaan, gaya hidup mewah dan Hasrat Kemewahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,643, yang berarti bahwa variabel-variabel independen (produk bermanfaat, kesukaan, gaya hidup mewah dan hasrat kemewahan) berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar 64,3%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 35,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Untuk Perusahaan Kawasaki Ninja dapat meningkatkan kualitas produk, namun tidak hanya kualitas tetapi fitur dan inovasi baru yang mendukung produk, sehingga pelanggan atau pengguna Kawasaki Ninja merasa puas dan akan selalu menjadi pilihan pertama dalam keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Pembelian Produk Bermanfaat, Kesukaan, gaya hidup mewah dan Hasrat Kemewahan*

ABSTRAC

This study aimed to determine whether lifestyle affected to decision purchase of Kawasaki Ninja Motorcycle in Jember. The samples were subjected to experiment as many as 60 respondents Kawasaki Ninja users registered as members of Kawasaki Ninja Jember motorcycle association and retrival of data in the form of questionnaires. Analysis used is multiple regresion lineiar analysis. As for the processing of the data were analyze with the help of a computer program SPSS 16.0 for Windows. From the analysis it was found that the variabel factor of lifestyle that consists Utilitarian Purchases, Indulgences, Lifestyle Luxuries, And Aspirational Luxuries have a significant influence (significant) towards the decision of purchase Kawasaki Ninja. Results of analysis of the coefficient of determination (R^2) of 0.643, which means that the independent variable (Utilitarian Purchases, Indulgences, Lifestyle Luxuries, And Aspirational Luxuries) effect on the dependent variable (purchase decisions) of 64.3%, while the remainder is equal to 35, 7% is influenced by other factors outside the model.

For The Company Manufacturing Kawasaki Ninja must improve the quality of the product, but not only the quality but also the features and new innovation that support the product, so the customers of the users of Kawasaki Ninja feel satisfaction then keep it to be the first choice of purchase decision.

Keywords: Utilitarian Purchases, Indulgences, Lifestyle Luxuries, And Aspirational Luxuries

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB 1 : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	7
2.1.2 Gaya Hidup.....	8
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian menurut pakar.....	11
2.1.3.2 Proses Keputusan Pembelian.....	15
2.1.3.3 Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian.....	16
2.1.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Tinjauan Peneliti Terdahulu	21
2.3 Kerangka Konseptual.....	23
2.4 Hipotesis	24

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional	26
3.1.1 Identifikasi Variabel.....	26
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.1.2.1 Variabel Terikat.....	26
3.1.2.2 Variabel Tidak Terikat.....	27
3.2 Jenis dan Sumber Data	28
3.2.1 Jenis Data.....	28
3.2.2 Sumber Data	28
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1 Populasi	29
3.3.2 Sampel	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Teknik Pengolahan Data.....	30
3.6 Teknik Analisis Data	31
3.6.1 Uji Instrumen.....	32
3.6.1.1 Uji Validitas.....	32
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.3.1 Uji Multikolinearitas.....	34
3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.6.3.3 Uji Normalitas.....	35
3.6.4 Uji Hipotesis.....	36
3.6.4.1 Uji t.....	36
3.6.4.2 Uji F.....	37
3.6.4.3 Uji R^2 (Koefisien Determinasi).....	38

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Profil Perusahaan PT. Kawasaki Ninja Motor.....	39
4.1.2 Produk Sepeda Motor Kawasaki Ninja.....	40
4.1.3 Klub Motor Kawasaki Ninja di Jember.....	41
4.1.4 Struktural Klub Motor Kawasaki Ninja di Jember.....	41
4.1.4 Fungsi dan Tugas Badan Pengurus.....	41
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	45
4.2.2 Hasil Jawaban Koresponden.....	48
4.3 Hasil Analisis Data	54
4.3.1 Hasil Uji Instrumen	54
4.3.1.1 Hasil Uji Validitas	54
4.3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	55
4.4 Analisis Regresi Berganda	55
4.4.1 Persamaan Regresi... ..	56
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.5.1 Uji Normalitas	58
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	59
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	60
4.6 Uji Hipotesis	61
4.6.1 Hasil Uji F (Simultan)	61
4.6.2 Hasil Uji t (Parsial).....	62
4.6.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.7 Pembahasan	65
4.7.1 Pengaruh pembelian produk bermanfaat terhadap keputusan pembelian	66
4.7.2 Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.7.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.7.4 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	67

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Hasil Penjualan Sepeda Motor	2
Tabel 1.2	Penjualan menurut Tipe Sepeda Motor.....	3
Tabel 1.3	Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen	9
Tabel 1.4	Pengertian gaya hidup menurut para ahli.....	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Nilai Skala Likert	32
Tabel 4.1	Karakteristik Usia Responden.....	46
Tabel 4.2	Karakteristik Pekerjaan Responden	46
Tabel 4.3	Karakteristik Penghasilan Responden.....	47
Tabel 4.4	Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden	47
Tabel 4.5	Jawaban Koresponden Pembelian Produk bermanfaat (X_1).....	48
Tabel 4.6	Jawaban Koresponden Kesukaan (X_2).....	49
Tabel 4.7	Jawaban Koresponden Gaya Hidup Mewah (X_3).....	51
Tabel 4.8	Jawaban Koresponden Hasrat Kemewahan (X_4).....	52
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.11	Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.13	Rekapitulasi Hasil Uji t.....	63
Tabel 4.14	Sumbangan Efektif Variabel Bebas	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Struktur Kepengurusan club Motor JENIC dan NINJERS.....	41
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	59
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60