



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Angkatan
tahun 2014-2015 Universitas Muhammadiyah Jember)**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

**Wiesyaq Gilang Ramadhan
NIM. 13.10.411.248**

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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wiesyaq Gilang Ramadhan

NIM : 13.10.411.248

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO (Studi Kasus Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Angkatan tahun 2014-2015 Universitas Muhammadiyah Jember)** adalah hasil 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 di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember. Juli 2017

Yang menyatakan,



Wiesyaq Gilang Ramadhan
NIM. 13.10.411.248

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi
Angkatan tahun 2014-2015 Universitas Muhammadiyah Jember)**


Oleh:

Wiesyaq Gilang Ramadhan

NIM. 13.10.411.248

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Drs. Anwar, M.Sc



Dosen Pembimbing Pendamping : Dra. Wenny M, M.Si



PENGESAHAN

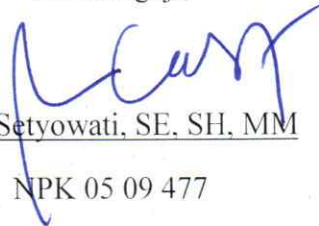
Skripsi berjudul: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :

Tanggal :

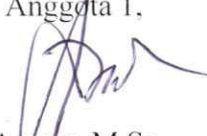
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



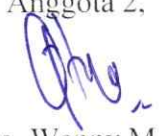
Trias Setyowati, SE, SH, MM
NPK 05 09 477

Anggota 1,



Drs. Anwar, M.Sc
NPK 85 03 125

Anggota 2,



Dra. Wenny M, M.Si
NPK 84 07 039

Mengesahkan:



Ketua Jurusan,



Drs. Anwar, M.Sc
NPK 8503125

MOTTO

Dan janganlah kamu terlalu mengharapkan (ingin mendapat) limpah karunia yang Allah Swt telah berikan kepada sebahagian dari kamu (untuk menjadikan mereka) melebihi sebagian yang lain (tentang harta benda, ilmu pengetahuan atau pangkat kebesaran). (Karena telah tetap) orang-orang lelaki ada bagian dari apa yang mereka usahakan; (maka berusahalah kamu) dan mohonkanlah kepada Allah akan limpahan karuniaNya. Sesungguhnya Allah senantiasa mengetahui akan tiap-tiap sesuatu.

(QS. An Nisa' 032)

“Barang siapa menolong saudaranya yang membutuhkan maka Allah Swt akan menolongnya.

(HR. Muslim)

PERSEMBAHAN

Sujud syukur kupersembahkan kepada Allah Swt, berkat dan rahmat detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikan-Nya hingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsi ku pada orang-orang tersayang:

Kedua orang tuaku Ayahanda (Johan Pranata) dan Ibundaku (Siti Halimah) Tercinta yang tak pernah lelah membesarkanku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terima kasih buat ayah dan Mama.

Adikku yang selalu memberikan dukungan, dan semangat terimakasih kepada adikku Salsabila Puspa Ramadhani

Nenekku yang selalu mendoakan aku dalam keadaan apapun. Terima kasih Nenek.

Terimakasih kepada om dan tanteku yang selalu memberikan dukungan dan semangat , terimakasih om tante

Sahabat (Intan Diah Retnosari , Andy Permata, dan Indriyani Rahayu) dan sahabat-sahabat yang selalu memberi semangat dan dukungan serta canda tawa yang sangat mengesankan selama masa perkuliahan, susah senang dirasakan bersama dan sahabat-sahabat seperjuanganku yang lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terima kasih buat kalian semua.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari empat variabel yaitu sosial, budaya, pribadi, psikologis terhadap keputusan pembelian. Hipotesis dalam penelitian ini sosial, budaya, pribadi, psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan maupun secara parsial. Objek penelitian ini adalah pengguna Honda Vario di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang memiliki jumlah populasi 92 responden menggunakan teknik sensus. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosial, budaya, pribadi, psikologis secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan sosial, budaya, pribadi, psikologis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Sosial, Budaya, Pribadi, Psikologis dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of four variables, namely social, cultural, personal, psychological to the purchase decision. Hypothesis in this study social, cultural, personal, psikologis effect on purchasing decisions simultaneously or partially. Objek this research is the user of Honda Vario in Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Jember which has population of 92 respondents using census technique. Data collection techniques used observation, interview and questionnaire. The analysis used include validity test, reliability test, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test) Multiple linear regression and hypothesis test (F test, t test, coefficient of determination). The results showed that social, cultural, personal, psychological simultaneously affect purchasing decisions and social, cultural, personal, psychological partially significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Social, Cultural, Personal, Psychological and Purchase Decision.

DAFTAR ISI

HALAMANSAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 LatarBelakang	1
1.2 RumusanMasalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori	10
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Pengertian Pemasaran	10
2.1.3 Pengertian Perilaku Konsumen.....	10
2.1.4 Faktor yang mempengaruhi perilaku membeli	12
2.1.4.1 Faktor Kebudayaan	13
2.1.4.2 Faktor Sosial	13
2.1.4.3 Faktor Pribadi.....	14
2.1.4.4 Faktor Psikologis	15
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.5.1 Proses pengambilan keputusan pembelian.....	17
2.2 Penelitian terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Konseptual.....	23
2.4 Hipotesis	24

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1	Identifikasi Variabel.....	28
3.1.1	Variabel Bebas	28
3.1.2	Variabel Terikat	28
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	28
3.3	Desain Penelitian.....	29
3.4	Jenis Data	30
3.4.1	Data primer	30
3.4.2	Data Sekunder	30
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	30
3.5.1	Populasi	30
3.5.2	Sampel.....	30
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel	31
3.6	Teknik Pengumpulan Data	31
3.7	Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1	Uji Instrumen Data.....	33
3.7.1.1	Uji Validitas.....	33
3.7.1.2	Uji reliabilitas	34
3.7.2	Analisis regresi linier berganda.....	34
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	35
3.7.3.1	Uji Multikolinearitas.....	35
3.7.3.2	Uji Heteroskedastisitas	35
3.7.3.3	Uji Normalitas	36
3.7.3.4	Uji Autocorelasi.....	36
3.7.4	Pengujian Hipotesis.....	36
3.7.4.1	Uji T (Parsial)	36
3.7.4.2	Uji F (Simultan).....	37
3.7.4.3	Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	38

BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	39
4.1.2	Struktur Organisasi	40
4.1.3	Fungsi Dan Tugas Jabatan	41
4.2	Aspek Personalia.....	43
4.2.1	Jam Kerja	43
4.2.2	Sistem Upah	43
4.3	Jenis Data Untuk Kebutuhan Analisis	44
4.3.1	Diskripsi Statistik Responden	44
4.3.2	Deskriptif Variabel Penelitian.....	45
4.4	Analisis Data	51

4.4.1	Pengujian Instrumen Data	
4.4.1.1	Pengujian Validitas data.....	51
4.4.1.2	Pengujian Reliabilitas Data.....	53
4.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda	53
4.4.3	Pengujian Asumsi klasik	55
4.4.3.1	Pengujian Normalitas.....	55
4.4.3.2	Pengujian Multikolinearitas	56
4.4.3.3	Pengujian Heterosdasitas	57
4.4.4	Pengujian Hipotesis.....	58
4.4.4.1	Uji F	58
4.4.4.2	Uji T	59
4.4.4.3	Koefisien Determinasi.....	60
4.5	Pembahasan.....	61
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Penjualan sepeda motor honda nasional 2016	4
Tabel 1.2: Perbandingan total penjualan motor matic Honda dan yamaha 2016.....	5
Tabel 1.3: Perbandingan Penjualan motor matic Honda di jember tahun 2016.....	7
Tabel 4.1: Frekuensi responden menurut jenis kelamin	44
Tabel 4.2: Responden menurut lama menjadi pemilik	44
Tabel 4.3: Frekuensi pernyataan responden terhadap Budaya.....	45
Tabel 4.4: Frekuensi pernyataan responden terhadap Sosial	46
Tabel 4.5: Frekuensi pernyataan responden terhadap Pribadi	47
Tabel 4.6: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Psikologis	49
Tabel 4.7: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.8: Hasil pengujian validitas.....	52
Tabel 4.9: Hasil pengujian reliabilitas	53
Tabel 4.10: Hasil analisis regresi linier berganda.....	54
Tabel 4.11: Hasil uji multikolinearitas	57
Tabel 4.12: Hasil Uji F	59
Tabel 4.13: Hasil Uji T	59
Tabel 4.14: Hasil Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Model Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 2.2: Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	12
Gambar 2.3: Proses Keputusan beli konsumen.....	19
Gambar 2.4: Kerangka konseptual.....	23
Gambar 4.1: Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember tahun 2016.....	41
Gambar 4.2: Hasil uji normalitas	56
Gambar 4.3: Hasil uji heterosdasitas.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Kuesioner
- LAMPIRAN 2: Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 3: Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN 4: Uji Validitas
- LAMPIRAN 5: Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 6: Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 7: Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t
- LAMPIRAN 8: Dokumentasi Penelitian