



**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI KUALITAS  
DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPEDA MOTOR HONDA AUTOMATIC VARIO 150 CC  
DI KECAMATAN SUMBERSARI**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan program studi manajemen (S1)  
dan memperoleh gelar sarjana ekonomi

Oleh:

**Sri Devi Ratna Sari  
NIM:1310412011**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2019**

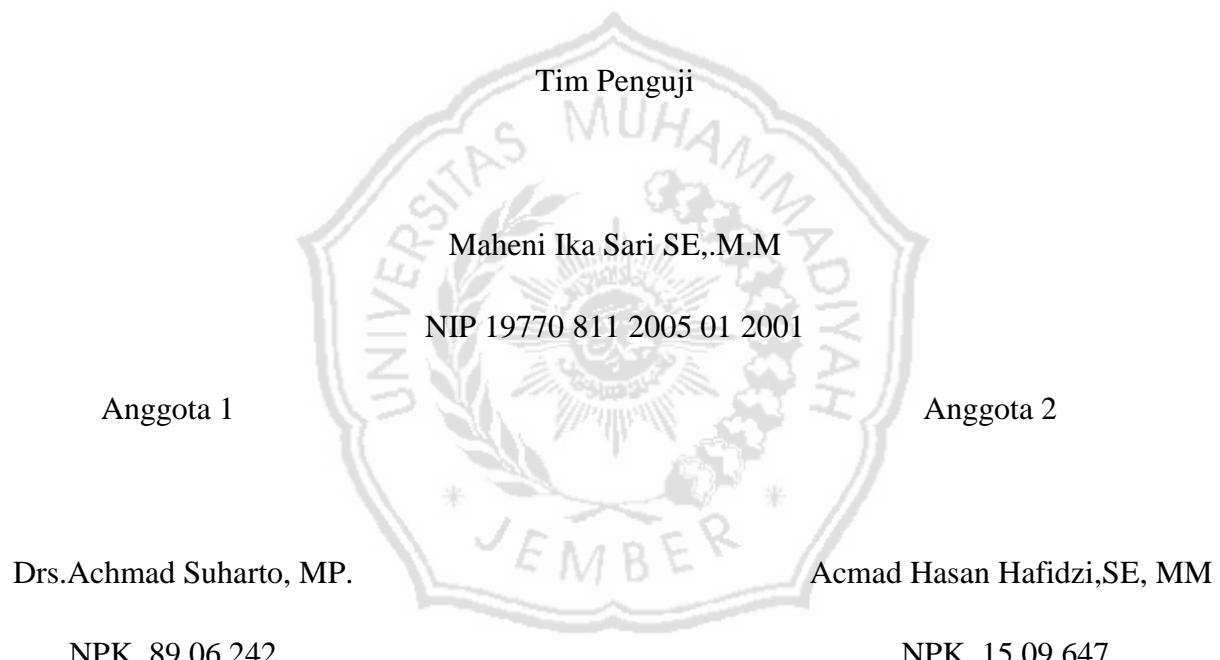
## **PENGESAHAN**

Skripsi berjudul : ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA AUTOMATIC VARIO 150 CC DI KECAMATAN SUMBERSARI, telah diuji dan disahkan oleh fakultas ekonomi universitas muhammadiyah jember pada :

Hari : Senin

Tanggal : 7 Januari 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember



Mengesahkan

Dekan

Dr. Arik Susbiyani. Msi

NPK. 01 09 289

Ketua Jurusan

Drs. Anwar. Msc

NPK. 85 03 125

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunianya, sehingga tugas akhir didalam penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan judul “ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA AUTOMATIC VARIO 150 CC DIKECAMATAN SUMBERSARI”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada progam studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. Arik Susbiyani. Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Drs. Anwar. Msc selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Drs. Achmad Suharto, MP., Selaku dosen pembimbing I dan Acmad Hasan Hafidzi,SE,.MM. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan, dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Maheni Ika Sari, SE, MM. Selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh staf pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya staf pengajar manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, do;a, integritas,dukungan dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, seoga kalian sukses daam menjalani hidup.

- h. Suamiku tercinta Taufik Hidayat, terima kasih atas semangat, dukungan, kasih sayang, dan motivasinya yang telah diberikan selama penyelesaian skripsi ini.
- i. Pihak MPM Motor Kecamatan Sumbersari yang telah memberikan ijin dan karyawan-karyawan yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini.
- j. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.



Jember, 7 Januari 2019

Penyusun

Sri Devi Ratna Sari

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Kajian Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7

2.1.2 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3 Konsumen.....	9
2.1.4 Motivasi Konsumen.....	10
2.1.5 Persepsi Kualitas.....	12
2.1.6 Proses Pembentukan persepsi.....	13
2.1.7 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.8 Sikap Konsumen.....	14
2.1.9 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap.....	16
2.1.10 Perilaku Pembelian Konsumen.....	17
2.1.11 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	24
2.3 Kerangka Konseptual.....	26
2.4 Hipotesis.....	29
2.4.1 Pengaruh Motivasi Konsumen Dengan Keputusan Pembelian.....	29
2.4.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Dengan Keputusan Pembelian.....	30
2.4.3 Pengaruh Sikap Konsumen Dengan Keputusan Pembelian.....	31
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Metode Atau Rancangan Penelitian.....	33
3.2 Populasi.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Teknik Sampling.....	34

3.3 Jenis Data.....	34
3.4 Sumber Data.....	35
3.5 Definisi Operasional Dan Identifikasi Variabel.....	35
3.5.1 Variabel Independent.....	35
3.5.2 Variabel Dependent.....	36
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.6.1 Observasi.....	37
3.6.2 Interview.....	37
3.6.3 kuesioner.....	37
3.6.4 Studi Literatur.....	37
3.7 Metode Uji Instrumen Data.....	37
3.7.1 Uji Validitas.....	37
3.7.2 Uji Realibilitas.....	38
3.8 Metode Analisis Data.....	38
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
3.8.2 Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi).....	39
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	39
3.8.3.2 Ujimultikolineritas.....	40
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.8.4 Pengujian Hipotesis.....	41
3.8.4.1 Uji t.....	41
<b>4.1 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>

4.1 Gambaran Umum Kelurahan Sumbersari.....	41
4.2 Hasil Analisis Data.....	42
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	42
4.2.2 Analisis Hasil Penelitian.....	53
4.2.2.1 Uji Kuesioner.....	53
4.2.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.2.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.2.2.4 Uji Hipotesis.....	62
4.2.2.5 Analisis Koefisien Determinasi Berganda R <sup>2</sup> .	63
4.3 Pembahasan.....	63
4.3.1 pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	63
4.3.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	64
4.3.3 Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	65
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	66
5.3 Rekomendasi.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>

# **LAMPIRAN 1:**

## **Pengantar Kuesioner**



## **Pengantar Kuesioner**



### **KUESIONER PENELITIAN**

#### **Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Automatic Vario 150cc Di Kecamatan Sumbersari Jember**

Kepada Yth.

Sdr/i

di tempat

Berkaitan dengan kegiatan penelitian yang saya lakukan dengan judul “Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Automatic Vario 150cc Di Kecamatan Sumbersari Jember” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Jember, maka dengan ini saya mengharapkan bantuan saudara untuk mengisi daftar pertanyaan yang saya sertakan di bawah ini.

Agar memperoleh masukan yang berarti, saya berharap kuesioner ini diisi dengan keadaan yang sebenarnya. Semua sumber dan data yang diperoleh dijamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan bantuannya saya mengucapkan banyak terimakasih.

**Sri Devi Ratna Sari**

**NIM: 1310412011**

## **LAMPIRAN 2:**

# **Petunjuk Pengisian Kuesioner Penelitian**



## **I. Identitas Peneliti**

Nama : Sri Devi Ratna Sari

NIM : 1310412011

Status : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Jember

## **II. Identitas Responden**

(Mohon diisi dan dilingkari pada jawaban yang sesuai)

1. No. Responden : .....(diisi peneliti)
2. Nama : .....
3. Usia : .....thn
4. Jenis kelamin : a) Laki-laki b) Perempuan
5. Status : a) Menikah b) Belum menikah
6. Pendidikan : a) < SLTA b) SLTA c) D-3 d) S-1 e) S-2 f).....
7. Jabatan : .....
8. Masa Kerja : a) 0-1thn b) 1-3thn c) 3-5thn d) >5thn

## **III. Petunjuk Pengisian Angket**

1. Daftar pertanyaan atau pertanyaan ini hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka menyelesaikan studi S-1 di Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Manajemen (MSDM).
2. Ada lima (5) *alternative* jawaban yang dapat dipilih, dan pilih salah satu jawaban yang menurut anda sesuai dengan kenyataan dengan memberi tanda *check list* (✓) yaitu:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

RR : Ragu-ragu/ Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat tidak setuju

# **LAMPIRAN 3:**

## **Kuesioner Penelitian**



### Motivasi (X<sub>1</sub>)

	Nilai/Skor	5	4	3	2	1
No.	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-ragu/Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Kualitas produk Sepeda Motor Honda Automatic Vario 150cc memberikan kenyamanan berkendara					
2.	Harga purna jual Sepeda Motor Honda Automatic Vario 150cc yang dapat menjanjikan					
3.	Sepeda Motor Honda Automatic Vario 150cc memiliki jumlah lokasi servis yang dekat dan kualitas bengkelnya resmi					

### Persepsi Kualitas (X<sub>2</sub>)

	NiLai/Skor	5	4	3	2	1
No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-ragu/Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Sepeda Motor Honda Automatic Vario 150cc memiliki karakteristik tambahan untuk menjadi pembeda					
2	Sepeda Motor Honda Automatic Vario 150cc Jarang terjadi kerusakan Suku cadang berkualitas					
3	Sepeda Motor Honda Automatic Vario 150cc memiliki daya tahan mesin yang baik					

### Sikap Konsumen (X<sub>3</sub>)

	Nilai/Skor	5	4	3	2	1
No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-ragu/Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Model produk Sepeda Motor Honda Automatic Vario 150cc memiliki kombinasi warna Striping					
2.	Sepeda Motor Honda Automatic Vario 150cc konsumsi bahan bakar yang irit					
3.	Sepeda Motor Honda Automatic Vario 150cc memiliki banyak Jenis atau varian produk					

### Keputusan Pembelian (Y)

	NiLai/Skor	5	4	3	2	1
No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-ragu/Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Hampir semua orang membeli Sepeda Motor Honda Automatic Vario 150cc					
2	Sepeda Motor Honda Automatic Vario 150cc memberikan informasi tentang Kualitas Kemudahan mendapatkan suku cadang					
3	Sepeda Motor Honda Automatic Vario 150cc dapat menarik konsumen untuk membeli ulang					

## **LAMPIRAN 4:**

### **Rekapitulasi Kuesioner**





# **LAMPIRAN 5:**

## **Hasil Output SPSS**

### **Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**



## **Uji Validitas**

### **1. Motivasi Konsumen**

**Correlations**

		P1	P2	P3
	Pearson Correlation	,197*	,198*	,378*
P1	Sig. (2-tailed)		,026	,030
	N	100	100	100
	Pearson Correlation	,198*	1	,408*
P2	Sig. (2-tailed)	,026		,020
	N	100	100	100
	Pearson Correlation	.378*	.560**	1
P3	Sig. (2-tailed)	,007	,001	
	N	100	100	100

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### **2. Persepsi Kualitas**

**Correlations**

		P1	P2	P3
	Pearson Correlation	,198**	,259**	,197*
P1	Sig. (2-tailed)		,000	,014
	N	100	100	100
	Pearson Correlation	,259**	1	,314
P2	Sig. (2-tailed)	,000		,086
	N	100	100	100
	Pearson Correlation	,197*	,314	1
P3	Sig. (2-tailed)	,014	,086	
	N	100	100	100

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 3.Sikap Konsumen

**Correlations**

		P1	P2	P3
	Pearson Correlation	.215 <sup>**</sup>	.404 <sup>*</sup>	.337 <sup>*</sup>
P1	Sig. (2-tailed)		.000	.014
	N	100	100	100
	Pearson Correlation	.404 <sup>**</sup>	.674 <sup>**</sup>	.384
P2	Sig. (2-tailed)	.000		.086
	N	100	100	100
	Pearson Correlation	.337 <sup>*</sup>	.384	.674 <sup>**</sup>
P3	Sig. (2-tailed)	.014	.086	
	N	100	100	100

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 4. Keputusan Pembelian

**Correlations**

		P1	P2	P3
	Pearson Correlation	.217 <sup>*</sup>	.428 <sup>*</sup>	.216 <sup>*</sup>
P1	Sig. (2-tailed)		.030	.*
	N	100	100	100
	Pearson Correlation	.428 <sup>*</sup>	1	.*
P2	Sig. (2-tailed)	.030		.*
	N	100	100	100
	Pearson Correlation	.216 <sup>*</sup>	.*	.*
P3	Sig. (2-tailed)		.030	.*
	N	100	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## **Uji Reliabilitas**

### **1. Motivasi Konsumen**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,660	.660	3

### **2. Persepsi Kualitas**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.602	.602	3

### **3. Sikap Konsumen**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.681	.681	3

### **4. Keputusan Pembelian**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.640	.640	3

## **LAMPIRAN 6:**

### **Hasil Output SPSS**

**Analisis Regresi Linier Berganda, Uji  
Asumsi Klasik, dan Uji hipotesis**



## Regression

[DataSet0]

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
KEPUTUSANPEMBELIAN	14.1700	.75284	100
MOTIVASIKONSUMEN	12.2800	.86550	100
PERSEPSIPELANGGAN	12.8100	.83720	100
SIKAPKONSUMEN	13.3100	.82505	100

**Correlations**

		KEPUTUSAN PEMBELIAN	MOTIVASI KONSUMEN	PERSEPSI PELANGGAN	SIKAP KONSUMEN
Pearson Correlation	KEPUTUSANPEMBELIAN	1.000	.670	.581	.760
	MOTIVASIKONSUMEN	.670	1.000	.478	.584
	PERSEPSIPELANGGAN	.581	.478	1.000	.481
	SIKAPKONSUMEN	.760	.584	.481	1.000
Sig. (1-tailed)	KEPUTUSANPEMBELIAN	.	.000	.000	.000
	MOTIVASIKONSUMEN	.000	.	.000	.000
	PERSEPSIPELANGGAN	.000	.000	.	.000
	SIKAPKONSUMEN	.000	.000	.000	.
N	KEPUTUSANPEMBELIAN	100	100	100	100
	MOTIVASIKONSUMEN	100	100	100	100
	PERSEPSIPELANGGAN	100	100	100	100
	SIKAPKONSUMEN	100	100	100	100

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method

1	SIKAPKONSUMEN, PERSEPSIPELAN GGAN, MOTIVASIKONSUMEN <sup>a</sup>		.Enter
---	---	--	--------

- a. All requested variables entered.  
 b. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the	Durbin-Watson
				Estimate	
1	.828 <sup>a</sup>	.686	.676	.42855	2.016

- a. Predictors: (Constant), SIKAPKONSUMEN, PERSEPSIPELANGGAN, MOTIVASIKONSUMEN  
 b. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN



**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.479	3	12.826	69.840	.000 <sup>a</sup>
	Residual	17.631	96	.184		
	Total	56.110	99			

- a. Predictors: (Constant), SIKAPKONSUMEN, PERSEPSIPELANGGAN, MOTIVASIKONSUMEN  
 b. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
	1 (Constant)	2.754	.804		3.426	.001	1.158	4.349				
MOTIVASIKONSUMEN	.245	.064	.281	3.832	.000	.118	.371	.670	.364	.219	.608	1.645
PERSEPSIPELANGGAN	.187	.061	.208	3.058	.003	.066	.308	.581	.298	.175	.710	1.409
SIKAPKONSUMEN	.452	.067	.496	6.743	.000	.319	.585	.760	.567	.386	.606	1.651

a. Dependent Variable:

KEPUTUSANPEMBELIAN

**Coefficient Correlations<sup>a</sup>**

Model		SIKAPKONSUMEN	PERSEPSIPELANGGAN	MOTIVASIKONSUMEN	
1	Correlations	SIKAPKONSUMEN	1.000	-.283	-.460
		PERSEPSIPELANGGAN	-.283	1.000	-.277
		MOTIVASIKONSUMEN	-.460	-.277	1.000
Covariances	SIKAPKONSUMEN		.004	-.001	-.002
	PERSEPSIPELANGGAN		-.001	.004	-.001
	MOTIVASIKONSUMEN		-.002	-.001	.004

a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	MOTIVASI KONSUMEN	PERSEPSI PELANGGAN	SIKAP KONSUMEN
1	1	3.994	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.003	39.488	.25	.62	.23	.03
	3	.002	43.137	.50	.02	.77	.06
	4	.002	49.023	.25	.36	.00	.90

a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

**Casewise Diagnostics<sup>a</sup>**

Case Number	Std. Residual	KEPUTUSANPEMBELIAN	Predicted Value	Residual
1	.715	15.00	14.6937	.30630
2	1.063	14.00	13.5445	.45551
3	.443	14.00	13.8100	.18997
4	-.399	13.00	13.1710	-.17100
5	.715	15.00	14.6937	.30630
6	1.063	14.00	13.5445	.45551
7	.008	14.00	13.9968	.00323
8	.279	15.00	14.8804	.11956
9	-1.319	13.00	13.5654	-.56539
10	-1.319	13.00	13.5654	-.56539
11	.279	15.00	14.8804	.11956
12	.279	15.00	14.8804	.11956
13	-1.048	14.00	14.4491	-.44906
14	.008	14.00	13.9968	.00323
15	-1.048	14.00	14.4491	-.44906
16	1.151	15.00	14.5070	.49305
17	.008	14.00	13.9968	.00323

18		-.264	13.00	13.1131	-.11310
19		1.014	14.00	13.5654	.43461
20		.279	15.00	14.8804	.11956
21		.279	15.00	14.8804	.11956
22		.928	14.00	13.6024	.39762
23		.008	14.00	13.9968	.00323
24		-.264	13.00	13.1131	-.11310
25		1.014	14.00	13.5654	.43461
26		.279	15.00	14.8804	.11956
27		-.776	15.00	15.3327	-.33273
28		.008	14.00	13.9968	.00323
29		.279	15.00	14.8804	.11956
30		.715	15.00	14.6937	.30630
31		-.912	15.00	15.3906	-.39062
32		-1.347	15.00	15.5774	-.57737
33		1.286	15.00	14.4491	.55094
34		1.634	14.00	13.2999	.70015
35		-.128	14.00	14.0547	-.05467
36		.172	13.00	12.9264	.07364
37		.715	15.00	14.6937	.30630
38		1.063	14.00	13.5445	.45551
39		.008	14.00	13.9968	.00323
40		.279	15.00	14.8804	.11956
41		-1.319	13.00	13.5654	-.56539
42		-1.319	13.00	13.5654	-.56539
43		.279	15.00	14.8804	.11956
44		.279	15.00	14.8804	.11956
45		-1.048	14.00	14.4491	-.44906
46		.008	14.00	13.9968	.00323
47		-1.048	14.00	14.4491	-.44906
48		1.151	15.00	14.5070	.49305
49		.008	14.00	13.9968	.00323
50		-.264	13.00	13.1131	-.11310

51	.172	13.00	12.9264	.07364
52	.715	15.00	14.6937	.30630
53	1.063	14.00	13.5445	.45551
54	.008	14.00	13.9968	.00323
55	.279	15.00	14.8804	.11956
56	-1.319	13.00	13.5654	-.56539
57	-1.319	13.00	13.5654	-.56539
58	.279	15.00	14.8804	.11956
59	.279	15.00	14.8804	.11956
60	-1.048	14.00	14.4491	-.44906
61	.008	14.00	13.9968	.00323
62	-1.048	14.00	14.4491	-.44906
63	1.151	15.00	14.5070	.49305
64	.008	14.00	13.9968	.00323
65	-.264	13.00	13.1131	-.11310
66	-.264	13.00	13.1131	-.11310
67	.172	13.00	12.9264	.07364
68	.715	15.00	14.6937	.30630
69	1.634	14.00	13.2999	.70015
70	.008	14.00	13.9968	.00323
71	.279	15.00	14.8804	.11956
72	-1.319	13.00	13.5654	-.56539
73	-1.319	13.00	13.5654	-.56539
74	.279	15.00	14.8804	.11956
75	.279	15.00	14.8804	.11956
76	-1.048	14.00	14.4491	-.44906
77	1.286	15.00	14.4491	.55094
78	-.563	14.00	14.2414	-.24141
79	-1.134	14.00	14.4861	-.48605
80	1.151	15.00	14.5070	.49305
81	1.286	15.00	14.4491	.55094
82	-1.183	14.00	14.5070	-.50695
83	.879	14.00	13.6233	.37672

84		-2.190	14.00	14.9383	-.93834
85		1.286	15.00	14.4491	.55094
86		-.563	14.00	14.2414	-.24141
87		-2.277	13.00	13.9759	-.97588
88		-1.406	13.00	13.6024	-.60238
89		.580	15.00	14.7516	.24841
90		.627	14.00	13.7312	.26876
91		-.428	14.00	14.1835	-.18352
92		1.286	15.00	14.4491	.55094
93		-2.326	13.00	13.9968	-.99677
94		-2.897	13.00	14.2414	-1.24141
95		1.721	15.00	14.2623	.73769
96		1.286	15.00	14.4491	.55094
97		-1.183	14.00	14.5070	-.50695
98		1.014	14.00	13.5654	.43461
99		1.364	14.00	13.4156	.58436
100		.144	15.00	14.9383	.06166

a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN



#### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	12.9264	15.5774	14.1700	.62344	100
Std. Predicted Value	-1.995	2.257	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.051	.158	.083	.023	100
Adjusted Predicted Value	12.9215	15.6159	14.1702	.62675	100
Residual	-1.24141	.73769	.00000	.42200	100
Std. Residual	-2.897	1.721	.000	.985	100
Stud. Residual	-2.939	1.762	.000	1.009	100
Deleted Residual	-1.27785	.77265	-.00023	.44363	100
Stud. Deleted Residual	-3.065	1.782	-.003	1.020	100
Mahal. Distance	.429	12.452	2.970	2.299	100

Cook's Distance	.000	.205	.013	.025	100
Centered Leverage Value	.004	.126	.030	.023	100

a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

NPAR TESTS

/K-

S (NORMAL) =MOTIVASIKONSUMEN PERSEPSIPELANGGAN SIKAPKONSUMEN KEPUTUSANPEMBELIAN

/MISSING ANALYSIS.

## NPar Tests

[DataSet0]



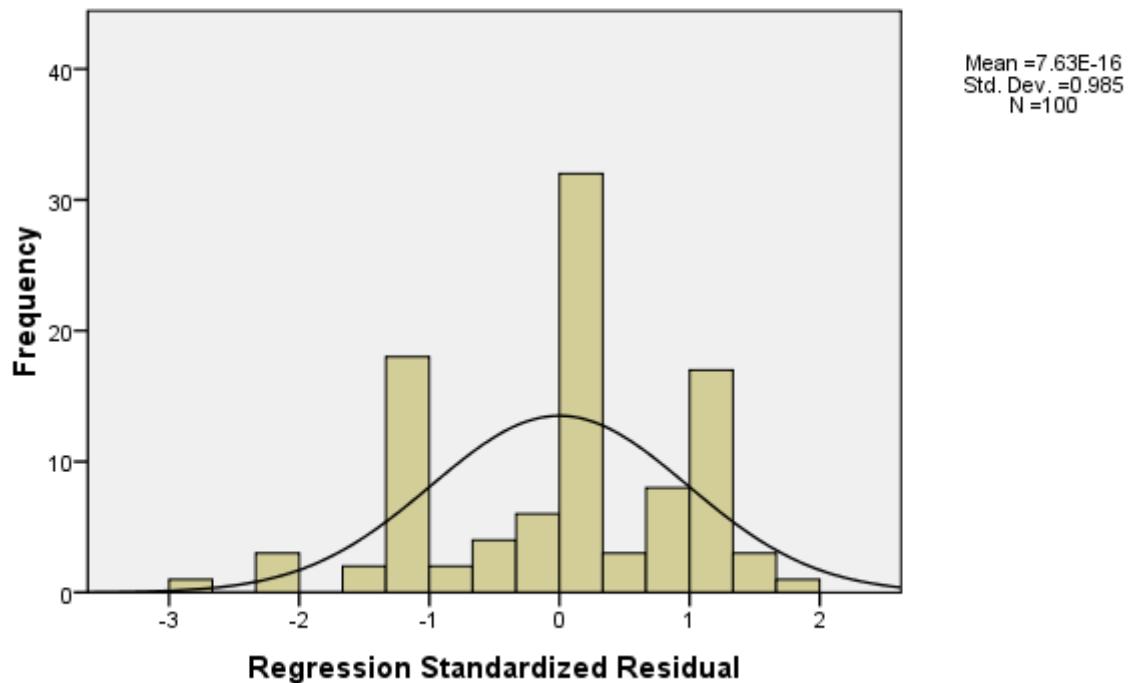
### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		MOTIVASI KONSUMEN	PERSEPSI PELANGGAN	SIKAP KONSUMEN	KEPUTUSAN PEMBELIAN
N		100	100	100	100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	12.2800	12.8100	13.3100	14.1700
	Std. Deviation	.86550	.83720	.82505	.75284
Most Extreme Differences	Absolute	.227	.250	.279	.245
	Positive	.197	.200	.171	.209
	Negative	-.227	-.250	-.279	-.245
Kolmogorov-Smirnov Z		2.273	2.498	2.785	2.449
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
a. Test distribution is Normal.					

## Charts

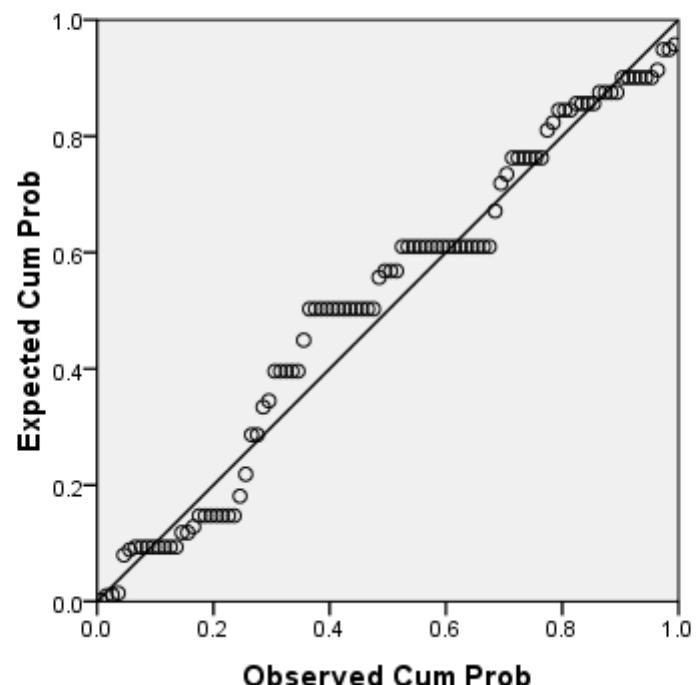
## Histogram

Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN



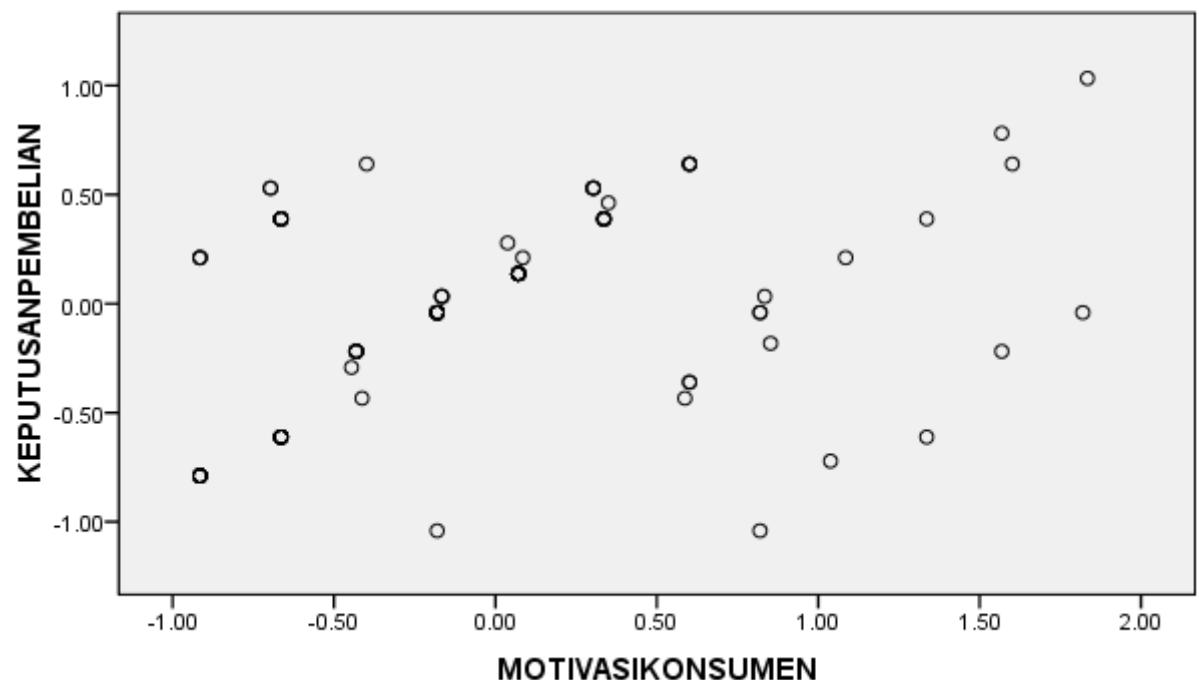
### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN



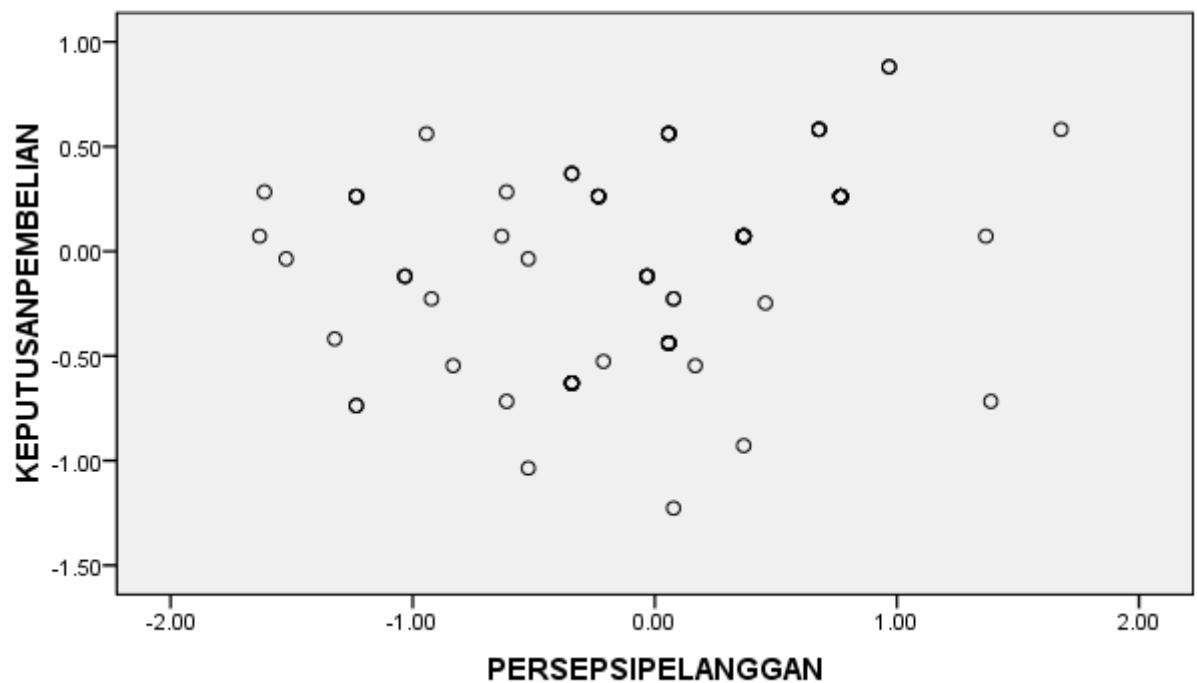
### Partial Regression Plot

Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN



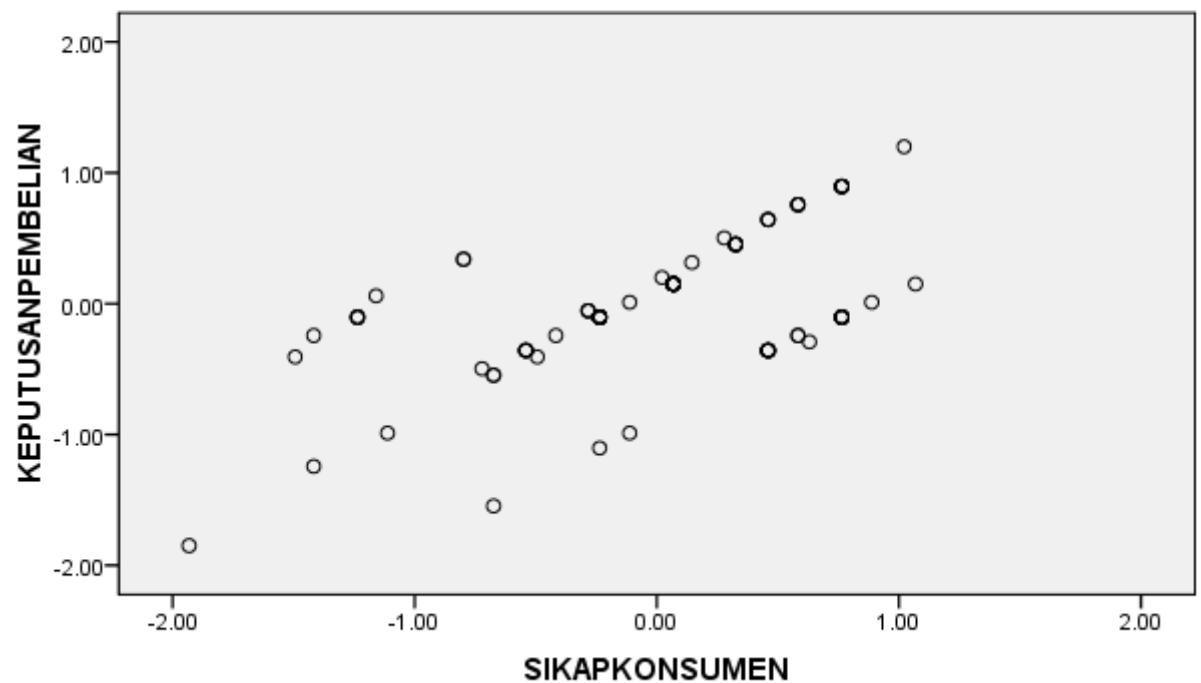
### Partial Regression Plot

Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN



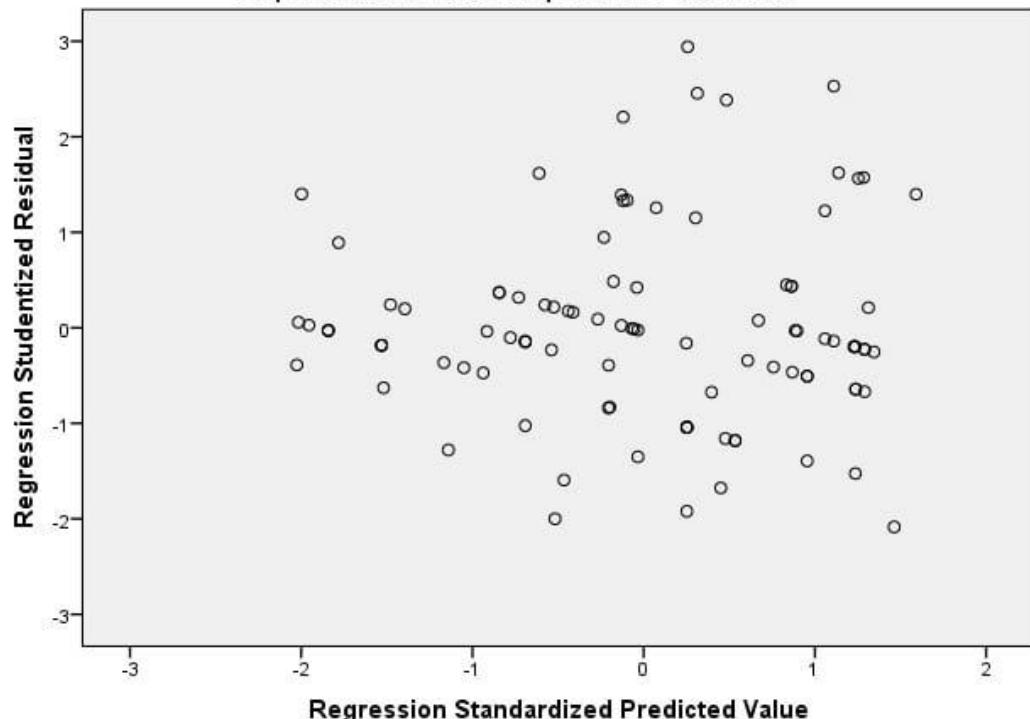
### Partial Regression Plot

Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN



**Scatterplot**

**Dependent Variable: Keputusan Pembelian**



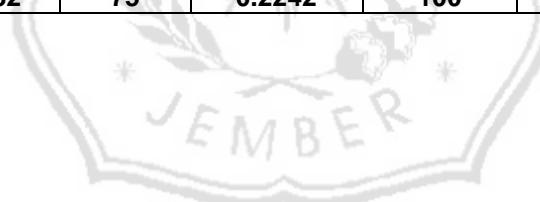
## **LAMPIRAN 7:**

### **Tabel r, dan t**



## Tabel r product Moment (Sig = 0,05)

df	R	df	r	df	R	df	r	Df	r
1	0.9969	26	0.3739	51	0.2706	76	0.2227	101	0.1946
2	0.9500	27	0.3673	52	0.2681	77	0.2213	102	0.1940
3	0.8783	28	0.3610	53	0.2656	78	0.2199	103	0.1933
4	0.8114	29	0.3550	54	0.2632	79	0.2165	104	0.1926
5	0.7545	30	0.3494	55	0.2609	80	0.2162	105	0.1925
6	0.7067	31	0.3440	56	0.2586	81	0.2159	106	0.1917
7	0.6664	32	0.3388	57	0.2564	82	0.2146	107	0.1914
8	0.6319	33	0.3388	58	0.2542	83	0.2133	108	0.1919
9	0.6021	34	0.3291	59	0.2521	84	0.2120	109	0.1911
10	0.5760	35	0.3246	60	0.2500	85	0.2108	110	0.1910
11	0.5529	36	0.3202	61	0.2480	86	0.2096	111	0.1909
12	0.5324	37	0.3160	62	0.2461	87	0.2084	112	0.1904
13	0.5140	38	0.3120	63	0.2441	88	0.2072	113	0.1900
14	0.4973	39	0.3081	64	0.2423	89	0.2061	114	0.1883
15	0.4821	40	0.3044	65	0.2404	90	0.2050	115	0.1881
16	0.4683	41	0.3008	66	0.2387	91	0.2039	116	0.1878
17	0.4555	42	0.2973	67	0.2369	92	0.2028	117	0.1875
18	0.4438	43	0.2940	68	0.2352	93	0.2017	118	0.1868
19	0.4329	44	0.2907	69	0.2335	94	0.2006	119	0.1859
20	0.4227	45	0.2876	70	0.2319	95	0.1996	120	0.1857
21	0.4132	46	0.2845	71	0.2303	96	0.1986	121	0.1852
22	0.4044	47	0.2816	72	0.2287	97	0.1975	122	0.1844
23	0.3961	48	0.2787	73	0.2272	98	0.1966	123	0.1841
24	0.3882	49	0.2759	74	0.2257	99	0.1956	124	0.1832
25	0.3809	50	0.2732	75	0.2242	100	0.1946	125	0.1829





**Tabel Distribusi t**

Df	0,1	0,05	0,025
1	3.0777	6.3138	12.7062
2	1.8856	2.9200	4.3027
3	1.6377	2.3534	3.1824
4	1.5332	2.1318	2.7764
5	1.4759	2.0150	2.5706
6	1.4398	1.9432	2.4469
7	1.4149	1.8946	2.3646
8	1.3968	1.8595	2.3060
9	1.3830	1.8331	2.2622
10	1.3722	1.8125	2.2281
11	1.3634	1.7959	2.2010
12	1.3562	1.7823	2.1788
13	1.3502	1.7709	2.1604
14	1.3450	1.7613	2.1448
15	1.3406	1.7531	2.1314
16	1.3368	1.7459	2.1199
17	1.3334	1.7396	2.1098
18	1.3304	1.7341	2.1009
19	1.3277	1.7291	2.0930
20	1.3253	1.7247	2.0860
21	1.3232	1.7207	2.0796
22	1.3212	1.7171	2.0739
23	1.3195	1.7139	2.0687
24	1.3178	1.7109	2.0639
25	1.3163	1.7081	2.0595
26	1.3150	1.7056	2.0555
27	1.3137	1.7033	2.0518
28	1.3125	1.7011	2.0484
29	1.3114	1.6991	2.0452
30	1.3104	1.6973	2.0423
31	1.3095	1.6955	2.0395
32	1.3086	1.6939	2.0369
33	1.3077	1.6924	2.0345
34	1.3070	1.6909	2.0322
35	1.3062	1.6896	2.0301
36	1.3055	1.6883	2.0281
37	1.3049	1.6871	2.0262
38	1.3042	1.6860	2.0244
39	1.3036	1.6849	2.0227
40	1.3031	1.6839	2.0211
41	1.3025	1.6829	2.0195
42	1.3020	1.6820	2.0181
43	1.3016	1.6811	2.0167
44	1.3011	1.6802	2.0154

45	1.3006	1.6794	2.0141
46	1.3002	1.6787	2.0129
47	1.2998	1.6779	2.0117
48	1.2994	1.6772	2.0106
49	1.2991	1.6766	2.0096
50	1.2987	1.6759	2.0086
51	1.2984	1.6753	2.0076
52	1.2980	1.6747	2.0066
53	1.2977	1.6741	2.0057
54	1.2974	1.6736	2.0049
55	1.2971	1.6730	2.0040
56	1.2969	1.6725	2.0032
57	1.2966	1.6720	2.0025
58	1.2963	1.6716	2.0017
59	1.2961	1.6711	2.0010
60	1.2958	1.6706	2.0003
61	1.2956	1.6702	1.9996
62	1.2954	1.6698	1.9990
63	1.2951	1.6694	1.9983
64	1.2949	1.6690	1.9977
65	1.2947	1.6686	1.9971
66	1.2945	1.6683	1.9966
67	1.2943	1.6679	1.9960
68	1.2941	1.6676	1.9955
69	1.2939	1.6672	1.9949
70	1.2938	1.6669	1.9944
71	1.2936	1.6666	1.9939
72	1.2934	1.6663	1.9935
73	1.2933	1.6660	1.9930
74	1.2931	1.6657	1.9925
75	1.2929	1.6654	1.9921
76	1.2928	1.6652	1.9917
77	1.2926	1.6649	1.9913
78	1.2925	1.6646	1.9908
79	1.2924	1.6644	1.9905
80	1.2922	1.6641	1.9901
81	1.2921	1.6639	1.9897
82	1.2920	1.6636	1.9893
83	1.2918	1.6634	1.9890
84	1.2917	1.6632	1.9886
85	1.2916	1.6630	1.9883
86	1.2915	1.6628	1.9879
87	1.2914	1.6626	1.9876
88	1.2912	1.6624	1.9873
89	1.2911	1.6622	1.987
90	1.291	1.662	1.9867
91	1.2909	1.6618	1.9864
92	1.2908	1.6616	1.9861

93	1.2907	1.6614	1.9858
94	1.2906	1.6612	1.9855
95	1.2905	1.6611	1.9853
96	1.2904	1.6609	1.985
97	1.2903	1.6607	1.9847
98	1.2902	1.6606	1.9845
99	1.2902	1.6604	1.9842
100	1.2901	1.6602	1.984
120	1.2889	1.6600	1.974



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1: Jumlah Pengguna Motor Honda.....	4
Tabel 4.1: Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2: Data responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.3: Data Responden Berdasarkan umur.....	44
Tabel 4.4: Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	44
Tabel 4.5: Data responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.6: Data Variabel Motivasi Konsumen Berdasarkan Kualitas Produk.....	46
Tabel 4.7: Data Variabel Motivasi Konsumen Berdasarkan Harga Purna Jual.....	46
Tabel 4.8: Data Variabel Motivasi Konsumen Berdasarkan Jumlah Dan Kualitas.....	47
Tabel 4.9: Data Variabel Persepsi Kualitas Berdasarkan Karakteristik	48
Tabel 4.10: Data Variabel Persepsi Kualitas Berdasarkan Kerusakan Suku Cadang Kualitas.....	48
Tabel 4.11: Data Variabel Persepsi Kulalitas Berdasarkan Daya Tahan.....	49
Tabel 4.12: Data variabel sikap konsumen berdasarkan Model Produk.....	49
Tabel 4.13: Data variabel sikap konsumen berdasarkan Stiker Konsumsi bahan bakar.....	50

Tabel 4.14: Data variabel sikap konsumen berdasarkan Varian

Produk.....	50
-------------	----

Tabel 4.15: Data variabel keputusan pembelian berdasarkan Pemilihan

merek Honda.....	51
------------------	----

Tabel 4.16: Data variabel keputusan pembelian berdasarkan

Kualitas Kemudahan suku cadang.....	52
-------------------------------------	----

Tabel 4.17: Data variabel keputusan pembelian berdasarkan Ketertarikan

untuk membeli kembali.....	52
----------------------------	----

Tabel 4.18: Hasil Uji Validitas.....

54
----

Tabel 4.19: Hasil Uji Reliabilitas.....

55
----

Tabel 4.20: Hasil Analisis Regresi.....

56
----

Tabel 4.21: Uji Statistik Non – Parametrik.....

59
----

Tabel 4.22: Hasil Uji Multikolinieritas.....

61
----

Tabel 4.23: Hasil Uji-t.....

62
----

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1: Proses Pengambilan Keputusan.....	21
Gambar 2.2: Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4.1: Normalitas Model Regresi.....	57
Gambar 4.2: Uji Heterokesdasitas.....	60



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Tamrin dan Tantri, Francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Grafindo.
- Ajija, Shocrul Rohmatul, dkk. 2011. *Cara Cerdas Menguasai Eviews*. Jakarta: Salemba Empat.
- Alhusin, Syahri. 2003. *Applikasi Statistik dengan SPSS 10 for Windows*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Alma, Bachuri. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Djarwanto, PS dan Pangestu, Subagyo. 2005. *Statistik Induktif, Edisi keempat*. Yogyakarta.
- Engel, Blackwell, dan Miniard. 2004. *Perilaku Konsumen*. Ahli Bahasa: F.X. Budiyanto, Jilid II. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. 2001. *Applikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Applikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gray. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Keduabelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketigabelas Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Nachrowi, Hardius Usman. 2006. *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrikal untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*. Jakarta: FEUI.
- Nazir M. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Payne, Adrian. 2000. *The Essence of Services Marketing Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.

- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian kajian Budaya dan Ilmu-ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Saebani, Beni Ahmad dan Nurjaman, Kadar. 2013. *Manajemen Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Santoso, Singgih. 2001. *SPSS Versi 10 : Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenda Media.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan, dan Implikasi Manajerial*. Jakarta: Majalah Manajemen Usahawan Indonesia.
- Yamit, Zulian. 2002. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Sumarwan. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.