

ABSTRACT

This study is aimed to know how the effect of each consumers behavior variable toward consumers decision to the users of Honda Vario motorcycle and to identify which consumers behavior that influence dominantly toward the consumers decision to the users of Honda Vario motorcycle. The data of this study is field research data which is conducted by interviewing and spreading the questionnaires to the consumers.

The analysis technique that used in this study is descriptive analysis which is gained from the respondents and expressed in the form of tabulation. To know the relationship between dependent and independent variables, multiple linear regression analysis is used. With the total sample of this study are 78 respondents.

The results of this study show that cultural, social, personal factors have low value of T count. Psychological factor is a dominant factor which influences the consumers in Pondok Jati Housing RW. 06 Sidoarjo in deciding to buy Honda motorcycle. While the counting result of R^2 only produces 24,2% which means that cultural, social, personal, and psychological factors only give a small effect on consumers decision, the rest 75,8% are influenced by other variables that are not described in this study.

Keyword: Consumers Behavior, Cultural, Social, Personal, Psychological, Buying Decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel perilaku konsumen terhadap keputusan konsumen pada pengguna sepeda motor Honda Vario serta Untuk mengidentifikasi variabel perilaku konsumen manakah yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen pada pengguna sepeda motor Honda Vario. Penggunaan data dalam analisis ini adalah data riset lapangan yang dilakukan dengan cara wawancara dan penyebaran kuesioner kepada konsumen.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif yang diperoleh dari responden dan dinyatakan dalam bentuk tabulasi. Untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen digunakan analisis regresi linear berganda. Dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 78 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, memiliki hasil nilai t hitung yang sangat rendah. Faktor psikologis adalah faktor yang dominan mempengaruhi konsumen di Perumahan Pondok Jati Sidoarjo RW.06 untuk memutuskan membeli motor honda. Sedangkan hasil hitung R^2 hanya menghasilkan 24,2% ini berarti budaya, sosial, pribadi dan psikologis hanya berpengaruh kecil terhadap keputusan konsumen, selebihnya 75,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Perilaku Konsumen Budaya, sosial, pribadi, psikologis, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Surat Pernyataan Bebas Plagiat.....	ii
Lembar Persetujuan Skripsi.....	iii
Lembar Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman Abstrack	v
Halaman Abstrak	vi
Halaman Riwayat Hidup	vii
Halaman Pengantar.....	x
Daftar Isi	xv
Daftar Tabel.....	xvii
Daftar Gambar	xviii
Daftar Lampiran.....	xix
BAB IPENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran	7
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	10
2.1.5 Pengambilan Keputusan Dalam Pembelian	21
2.1.5.1 Model Perilaku Konsumen	27
2.1.6 Hubungan Antara Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis	37
2.3.1 Kerangka Konseptual.....	37
2.3.2 Hipotesis.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Pendekatan Penelitian	39
3.2 Populasi Dan Sampel	39
3.3 Identifikasi Variabel.....	39
3.4 Definisi Oprasional Variabel.....	40
3.4.1 Variabel Bebas	40
3.4.2 Variabel Terikat.....	41
3.5 Jenis dan Sumber Data	42
3.5.1 Jenis Data.....	42
3.5.2 Sumber Data.....	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.7.2. Analisis Regresi Linear Berganda	45
3.7.3. Uji Asumsi Klasik	46
3.7.4. Uji Hipotesis.....	47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Sejarah Singkat PT. ASTRA HONDA MOTOR (AHM)	50
4.2. Hasil Penelitian	52
4.2.1. Karakteristik Responden	52
4.2.2. Deskripsi Variabel Perilaku Konsumen	54
4.2.2.1. Variabel Budaya.....	55
4.2.2.2. Variabel Sosial	56
4.2.2.3. Variabel Pribadi.....	57
4.2.2.4. Variabel Psikologis.....	59
4.2.2.5. Variabel Keputusan Pembelian	60
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	62
4.3.1. Uji Validitas	62
4.3.2. Uji Reliabilitas	63
4.4 Uji Asumsi Klasik	64
4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	67
4.5.1. Koefisien Determinasi Berganda.....	69
4.6 Pengujian Hipotesis	70
4.6.1. Pengujian Simultan (Uji F)	70
4.6.2. Pengujian Parsial (Uji t).....	71
4.6.3. Pengujian Hipotesis Kedua	72
4.7 Pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen	28
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	37
Gambar 4.1 Pengujian Normalitas	65
Gambar 4.2 Pengujian Heteroskedastisitas	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia)	3
Tabel 2.1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Budaya (X1).....	55
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sosial (X2)	56
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pribadi (X3).....	57
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Psikologis (X4).....	59
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.13 Nilai Koefisien Regresi Pada Masing-Masing Variabel	68
Tabel 4.14 Nilai Koefisien dan Determinasi.....	69
Tabel 4.15 Pengujian Simultan	70
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Hasil Angket

Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik dan Regresi Linear Berganda

Lampiran 5 : Uji t dan Uji F