



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA DI KOTA
PADANG**

Oleh :


DEWI AMALIA
04 952 056

Mahasiswa Program Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen

*Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat – Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

PADANG

2011

	No. Alumni Universitas	DEWI AMALIA	No. Alumni Fakultas
	BIODATA		
<p>a). Tempat/Tgl lahir: Padang, 03 Maret 1987 b). Nama Orang Tua: Edwar dan Rohani c). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No.Bp: 04 952 056 f). Tgl Lulus: 22 Januari 2011 g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan i). Lama Studi: 6 tahun 5 bulan j). Alamat Orang Tua: Jalan Kesehatan No.48E Kel.Dadok Tunggul Hitam Padang-Sumbar</p>			

ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA DI KOTA PADANG


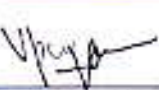
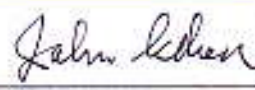
Skripsi SI Oleh: Dewi Amalia, Pembimbing: DR. Ratni Prima Lita , SE, MM

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor *Motivasi, Persepsi dan Sikap* terhadap *keputusan pembelian* sepeda motor merek Yamaha di kota Padang. Data yang digunakan adalah data primer diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti dengan menggunakan kuisioner tertutup. Pemilihan sampel menggunakan metode *non probability sampling*. Ada tiga hipotesis yang diajukan, dimana semua hipotesis ini di uji dengan analisis regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor *Motivasi, Persepsi dan Sikap* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Keputusan pembelian* sepeda motor merek Yamaha di kota Padang.

Keyword: Motivasi, Persepsi dan Sikap, Keputusan Pembelian

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada 22 Januari 2011, telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	DR. Ratni Prima Lita, SE, MM	DR. Vera Pujani, SE, M.TECH	DRS Jhon Edwar

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen : **Dr. Harif Amali Rivai, SE, MSi**
NIP. 19711022 199701 1 001

_____ Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/ Universitas Andalas dan mendapat nomor Alumnus :

Petugas Fakultas / Universitas Andalas		
No. Alumni Fakultas:	Nama:	Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas:	Nama:	Tanda Tangan:

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama dunia usaha pada saat ini. Di samping itu banyaknya usaha yang menawarkan produk-produk, baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan, baik yang sejenis maupun yang tidak sejenis. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi dan mendistribusikan barang dengan efektif. Menurut Kotler (2002) dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah.

Pada umumnya perusahaan mengalami kesulitan dalam memonitor, memahami dan menganalisis perilaku konsumen secara tepat dan benar, mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan adanya perbedaan perilaku untuk masing-masing individu. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk dapat menganalisa perubahan-perubahan perilaku konsumennya, termasuk perilaku konsumen untuk mendapatkan atau memilih produk.

Seiring dengan perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi membawa dampak yang positif bagi perusahaan otomotif terutama di bidang sepeda motor, yang sangat dibutuhkan oleh banyak orang, selain harganya terjangkau, perawatan yang mudah, dan juga banyaknya jasa pembelian kredit yang mempermudah bagi konsumen untuk mendapatkannya. Saat ini banyak sekali merek sepeda motor yang hadir dengan berbagai merek, model, desain, dan memberikan kualitas yang bagus dan harga yang cukup bersaing.

Salah satu merek yang digemari oleh masyarakat sekarang ini adalah merek YAMAHA, yang sebagian besar menguasai pangsa pasar sepeda motor di Indonesia pada tahun 2005 sebesar 75%. Dengan menawarkan keunggulan-keunggulan produk, dan menonjolkan atribut yang dimiliki, harga yang bersaing, performa mesin yang bagus dan model-model yang menarik sehingga dapat bersaing dengan merek lain seperti Honda, Suzuki, Kawasaki, dan dapat membentuk sikap positif bagi konsumen, yang nantinya akan berujung pada niat dan sampai kepada keputusan pembelian.

Dalam menjual produknya di kota Padang Yamaha memasarkan dua tipe produk sepeda motor Yamaha yaitu ; tipe 4 tak dan tipe 2 tak, tipe 4 tak seperti : Vega R, Yupiter Z, Nuvo, FIZR, Yamaha Cipton, Yamaha Mio ini bisa dikendarai oleh pria maupun wanita serta vixion, sedangkan tipe 2 tak, sport seperti : RX King, Scrprio, lebih cocok dikendarai oleh pria.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Motivasi yang diukur dari kualitas produk, harga purna jual, kenyamanan produk, harga pembelian serta model atau bentuk mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha di kota padang.
2. Persepsi yang diukur dari suara mesin, penampilan, ketahanan mesin, bahan bakar irit dan jangka waktu penggunaan mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha di kota padang.
3. Sikap yang diukur dari trend produk, model knalpot, kombinasi warna, desain stiker dan model fleg mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha di kota padang.

5.2 Implikasi Terhadap Perusahaan

Berdasarkan hasil penemuan empiris yang telah dibahas dalam bab sebelumnya menunjukkan bahwa perusahaan perlu memperhatikan hal-hal seperti di bawah ini untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam membeli sepeda motor merek yamah , yaitu :

1. Motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli sepeda motor merek yamaha, sehingga dalam meningkatkan

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2002. *Prosedur Suatu Penelitian : Pendekatan Praktek*. Edisi revisi kelima. Penerbit : Rineka Cipta. Jakarta
- Daft, L, Richard. (2002). *Manajemen* Edisi kelima. Jilid kedua. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Handoko, Hani, 2001, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia* Edisi ketujuh, Yogyakarta, Penerbit BPFE.
- Hermawan, Kertajaya, 2004. *Tantangan Periklanan*. Penerbit: Gramedia Pustaka Jakarta.
- Irawan, Wijaya, Farid, dan Sudjoni , N.M. (2001). *Pemasaran, Prinsip, Dan Kasus*, Edisi kedua. Penerbit BPFE- Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management "Analysis, Planning, Implementation and Control"* (9th Ed.). New Jersey: Prentice Hall, International, Inc.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 1996. *Principles of Marketing (7th Ed.)*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc
- Kotler, Philip. 2000, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi kesebelas. Penerbit PT. Intan Sejati. Klaten.
- Kotler, Philip. 2006, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks
- Mowen, C, dan Minor, Michael (2002). *Perilaku Konsumen*. Jilid kedua. Edisi kelima. Penerbit PT Erlangga. Jakarta.
- Nugroho, B.A. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi Offset
- Noorhuda muchsin, SM Kiptiyah, Suradi Martawidjaja. (2002). Analisis Sikap Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Sanex Dan Kanzen Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Braijaya Malang*.
- Rao, Purba, 1996. Measuring Consumer Perceptions through factor analysis. *The asian manager*, Feb-March.
- Robbin, Stephen, 2003, *Perilaku Organisasi*. Jilid I. Jakarta : PT. INDEKS Kelompok Gramedia