



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR MATIC DI KOTA
PADANG**

Oleh :

MONALISA. A
06 954 018

Mahasiswa Program SI Jurusan Manajemen



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

**PADANG
2008**



No. Alumni Universitas	MONALISA.A	No. Alumni Fakultas
a). Tempat/Tgl Lahir: , 4 Januari 1984 b). Nama Orang Tua: H.Adiar Alwi dan Hj.Elmawati c). Fakultas: Ekonomi Program S-1 Ekstensi d). Jurusan: Manajemen e). No. BP: 06 954 018 f). Tanggal Lulus: 10 November 2008 g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h). IPK: 2,94 i). Lama Studi: 2 tahun 3 Bulan (Intake D.III) j). Alamat Orang Tua: Kel Dayabangun II No 7 Payakumbuh		

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR MATIC DI KOTA PADANG

Skripsi S-1 oleh Monalisa.A, Pembimbing : Syarizal,SE,ME


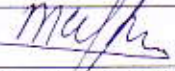
ABSTRAK

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan sepeda motor matic, mendorong produsen untuk menghasilkan sepeda motor matic yang memiliki keunggulan masing-masing. Dalam memilih produk konsumen dipengaruhi oleh perilaku. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor matic di Kota Padang, maka dalam memperoleh data penulis menggunakan alat instrumen berupa kuesioner yang dibagikan kepada 150 orang responden sebagai sampel. Jawaban dari responden diukur dengan menggunakan skala likert 1-5. Selanjutnya dilakukan pengolahan data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner dengan menggunakan software SPSS 13.0 for windows dan diuji dengan uji regresi berganda yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam membeli sepeda motor matic. Faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan dalam membeli sepeda motor matic adalah faktor yang memiliki tingkat signifikan < 5%. Setelah dilakukan analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi, yaitu: faktor gaya hidup, faktor motivasi faktor persepsi, faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor kelompok referensi, faktor keluarga, faktor produk, faktor harga, faktor promosi dan faktor distribusi, ternyata faktor produk dan faktor harga yang paling mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor matic di Kota Padang

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 10 November 2008

Abstrak telah disetujui oleh penguji :

Penguji :

Tanda Tangan	1 	2	3 
Nama Terang	Dr. Harif Amali Rivai, SE, MSi	Drs. H. Yusri Yusuf	Dr. Meilini Malik, MM

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen : **Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si**

Nip: 132164008


TANDA TANGAN

Alumnus telah mendaftarkan ke Fakultas / Universitas dan mendapat Nomor Alumnus:

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas:	Nama	Tanda tangan
No. Alumni Universitas:	Nama	Tanda tangan

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini kebutuhan manusia tidak hanya terbatas kepada kebutuhan pokok saja, yaitu sandang, pangan dan papan. Lebih dari itu, manusia akan berusaha memenuhi kebutuhan diluar kebutuhan pokok tersebut. Hal ini tidak terlepas dari adanya perilaku konsumen yang berusaha memenuhi berbagai macam kebutuhan dalam rangka mencapai kepuasan. Kebutuhan lainnya itu seperti kebutuhan akan pendidikan, kesehatan, kecantikan dan bahkan kebutuhan akan sarana transportasi dalam mencapai tempat atau tujuan tertentu.

Sarana transportasi atau yang biasa disebut kendaraan sangat dibutuhkan dalam mengantisipasi mobilitas manusia yang terus meningkat setiap harinya, karena kendaraan dapat dijadikan sebagai sarana pendukung dalam menjalankan aktifitas atau pekerjaan yang memerlukan jarak tempuh agar sampai ke suatu tujuan dalam waktu yang relatif singkat. Dalam hal ini kendaraan tersebut adalah kendaraan roda dua atau sepeda motor.

Kendaraan roda dua ini selain lincah mengaruhi kemacetan daerah perkotaan, juga memiliki faktor ekonomis yang tinggi. Sepeda motor mampu mengurangi biaya bahan bakar, mobilitasnya yang cukup tinggi dan lebih cepat ketempat tujuan. Selain itu, ruas jalan yang tidak begitu lebar di kota padang dan banyaknya angkutan umum,

menjadikan sepeda motor sebagai alternatif terbaik untuk dipilih oleh masyarakat. Lagi pula mencari parkir ditempat keramaian dan jalan utama pun lebih mudah.

Tidak heran kalau sepeda motor kini menjadi pilihan hampir semua lapisan masyarakat. Bukan saja kalangan pelajar, mahasiswa, atau pekerja kelas menengah, namun kaum eksekutif berdasari pun mengandrungi motor sebagai alat transportasi

Tingginya minat beli masyarakat untuk memiliki kendaraan bermotor, khususnya kendaraan roda dua, menunjukkan betapa besarnya pangsa pasar sepeda motor. Selain karena praktis dikendarai, sepeda motor memiliki body yang cukup ramping dan ekonomis. Berdasarkan data dari AISI (Asosiasi Sepeda Motor Indonesia) Penjualan nasional sepeda motor pada 2008 diperkirakan mengalami peningkatan sebesar 15% didukung semakin rendahnya tingkat bunga. Sementara itu, penjualan sepeda motor pada 2007 tercatat tumbuh 5,9% dari 4.427.342 unit pada 2006 menjadi 4.688.263 unit, melampaui target sebesar 4,2-4,6% .

Besarnya pertumbuhan dan permintaan akan kebutuhan akan sepeda motor, terus memacu industri sepeda motor Indonesia untuk meningkatkan kapasitas produknya dan menambah jenis motor baru yaitu motor otomatis atau motor matic. Munculnya produk motor matic ini diawali oleh produsen kymco (Taiwan) dengan produknya Jet Matic, tetapi kymco kurang berhasil penjualannya. Namun pada saat sekarang ini jenis produk motor matic dari berbagai merek telah bermunculan seperti Yamaha nouvo, Yamaha mio, Honda Vario, Suzuki Spin dan lain-lain.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan yaitu factor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor matic di kota Padang diperoleh hasil bahwa :

Setelah dilakukan analisis dengan pengujian Regresi Berganda terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor matic yaitu faktor gaya hidup, faktor motivasi, faktor persepsi, faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor kelompok referensi, faktor keluarga, faktor produk, faktor harga, faktor promosi, faktor distribusi. Hanya faktor produk dan faktor harga yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor matic. Sedangkan faktor lain seperti faktor gaya hidup, faktor motivasi, faktor persepsi, faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor kelompok referensi, faktor keluarga, faktor promosi, faktor distribusi tidak terlalu mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor matic.

Walaupun secara satu-persatu faktor yang kita analisa hanya dua yang berpengaruh yaitu faktor produk dan faktor harga, namun secara keseluruhan faktor-faktor ini secara bersama-sama mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor matic dikota Padang yang membuat penelitian ini layak digunakan

Daftar Pustaka

- Craven, David W, and Nigel F. Piercy, 2003, *Strategic Marketing, 7th Edition*, McGraw-Hills Companies, New York, 2003
- Engel, James F. Roger, D. Blackwell dan Paul W. Miniard, *Prilaku Konsumen*, Jilid I, Edisi keempat, Bianpura Angkasa Jakarta, 1994
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid I, Jakarta, 2001
- Nugroho. J. Setiadi, SE, MM, *Prilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Kencana, Jakarta, 2003
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, PT. Elex Media Komputindo, Gramedia, Jakarta, 2002
- Umar, Husein. *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*, Jakarta Business Research Center – JBRC, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002
- Sugiyono, 1999, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung
- Santoso Sunggih dan Fandi Tjiptono, *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001
- Suharsimi, M Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta, 1998
- Sindo, Ekonomi & bisnis “2008, Pasar Speda Motor Naik 15%”
(Jum’at, 18/01/2008)