



**ANALISIS FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR KAISAR DI KABUPATEN LUMAJANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember**

Oleh :

**Dannis Barlie Halim
NIM : 020810291055**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2008**

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR KAISAR DI KABUPATEN LUMAJANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh ;

Nama Mahasiswa : Dannis Barlie Halim

NIM : 020810291055

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

Desember2007

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Susunan Tim Penguji

Ketua : Drs. Budi Nurhardjo, M.Si :
NIP. 131 140 353

Sekretaris : Drs. M. Syaharuddin, M.Si :
NIP.131 474 284

Anggota : Drs. Didik Pudjo M, Si :
NIP. 131 627 513

Mengetahui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. H. Sarwedi,MM
NIP. 131 276 658

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR KAISAR DI KABUPATEN
LUMAJANG**

Nama Mahasiswa : Dannis Barlie Halim

NIM : 020810291055.

Jurusan : S-1 Manajemen.

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran.

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. Kamarul Imam M.Sc
NIP. 131 935 418

Drs. Didik Pudjo M, MS
NIP. 131 627 513

Ketua Jurusan

Dr. Hari Sukarno,MM
NIP. 131 759 761

Disetujui : 1 Mei 2007

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati yang tak terhingga, kuucapkan rasa syukurku kepada

Allah SWT, yang kepada-Nya tergantung segala sesuatu.

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

Ibunda tercinta Hj. Wiwik

Ayahanda tersayang H. Effendi, SH

Almamaterku yang kubanggakan Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

MOTTO

”Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum, sebelum kaum itu merubah nasib mereka sendiri” (QS. Ar Rad : 11)

”Janganlah memikirkan masalahnya, tapi pikirkanlah jalan keluar dan pemecahan dari masalah itu” (Pribadi)



*Analisis Faktor Keputusan Pembelian Motor Kaisar
di Kabupaten Lumajang*

Dannis Barlie H

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul “ Analisis Faktor Keputusan Pembelian Motor Kaisar di Kabupaten Lumajang “ ini bertujuan :

- Mengetahui variabel mana saja yang menjadi pembeda bagi keputusan pembelian yang dilakukan oleh masyarakat pembeli maupun bukan pembeli
- Mengetahui tingkat kepentingan antara variabel-variabel diskriminan
- Mengetahui hasil uji akan kemampuan model diskriminan dalam melakukan klasifikasi responden dengan tepat

Penelitian ini menggunakan metode analisis diskriminan untuk mengetahui variabel yang mempengaruhi penentu pembelian sepeda motor Kaisar di kabupaten Lumajang, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada 25 masyarakat pembeli sepeda motor Kaisar dan 25 masyarakat yang tidak membeli sepeda motor kaisar pada dealer PAL motor Lumajang. Dalam pengambilan sampel ini, kriteria responden ditentukan berdasarkan perilaku masyarakat dengan penilaian skor terhadap pertanyaan bauran pemasaran yang disajikan dalam kuisisioner.

Variabel-variabel yang diteliti meliputi produk, harga, promosi, saluran distribusi, physical evidence, personal dan proses

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Segala puji syukur Alhamdhuillah kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunia NYA sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Rosullullah Muhammad SAW.

Dalam penulisan hingga terselesainya skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan tenaga dan pikiran yang tak ternilai, untuk itu penulis pada kesempatan ini menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bpk. Prof. Dr. H. Sarwedi, MM selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
2. Dr. Hari Sukarno, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Non Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember
3. Drs. Kamarul Imam, M.Sc selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberi masukan agar skripsi ini lebih sempurna
4. Drs. Didik Pudjo M, MS selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan petunjuk dengan cermat dan teliti pada penyusunan skripsi ini
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu selama menempuh masa studi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember
6. Bpk. Anton Lodianto, selaku pimpinan dealer PAL motor Lumajang beserta staff atas kerja samanya memberikan data dan kesempatan kami untuk mengadakan penelitian
7. Kedua orang tuaku tercinta, Bpk. H. Effendi,SH dan Ibunda Hj. Wiwik Sujatiningsih, telah memberikan restu dan doa serta motivasi yang tak terhingga selama penulis melaksanakan studi hingga selesainya skripsi ini

8. Abangku tercinta Mas Dendy Aswar Prasetya, SE yang selalu memotivasi aku untuk menjadi adik yang mandiri dan Adikku Ramadhan KH terima kasih doa dan semangatnya.
 9. My Dear *Fatma* yang selalu setia menemaniku, memotivasiku dan selalu ada untukku, semoga tidak pernah letih mencintaiku n MIOq yang jadi pacar keduaku dan selalu setia mengantarku kemanapun.
 10. Untuk sahabat-sahabatku Grandy, doyok, Dan Lita "Thank's banget" untuk persahabatan kita selama ini karena dengan kalian hidup ku memiliki banyak cerita.
 11. Untuk penghuni istana KOI , gondronk, dwi, bernet, Salim, Ulo, n Codod thank's udah jadi temen cangkrukku selama di jember dan terima kasih untuk bapak Imam n family atas huniannya.
 12. Teman-temanku sepejuangan, MGT-02, dimana selama hamper empat tahun kita bersama dan penulis banyak belajar tentang berbagai hal dari rekan-rekan semuanya
 13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan disini yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini
- Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jember, Juli 2007

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	5
2.1.2 Variabel – variabel Bauran Pemasaran.....	6
2.1.3 Prilaku Konsumen.....	8
2.1.4 Model – Model Prilaku Konsumen.....	9
2.1.5 Proses Keputusan Pembelian.....	10
2.1.6 Tahap – tahap dalam Proses Pembelian.....	11
2.2 Kerangka Konseptual	13
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	14
2.4 Hipotesis.....	15
III. METODE PENELITIAN	16
3.1 Rancangan Penelitian	16
3.1.1 Jenis dan Sumber Data.....	16
3.1.2 Populasi dan Sampel.....	17
3.1.3 Metode Pengumpulan Data	18
3.1.4 Identifikasi Variabel.....	18
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Teknik Pengukuran.....	19
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	19
3.2.2 Teknik Pengukuran.....	20
3.2.3 Uji Instrumen.....	21
3.2.4 Uji Validitas.....	21
3.2.5 Uji Reliabilitas.....	21

3.2.6 Analisis Diskriminan.....	22
3.2.7 Uji Signifikansi.....	23
3.2.8 Uji Hipotesis.....	24
3.3 Alur Pemecahan Masalah.....	25
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	27
4.1.1 Sejarah Singkat Dealer PAL Motor	27
4.1.2 Sistem Pengajuan Pembelian.....	27
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	29
4.1.4 Ketenagakerjaan.....	30
4.1.5 Aspek Pemasaran.....	31
4.2 Karakteristik Demografi Responden.....	32
4.3 Analisis Data.....	35
4.3.1 Pengujian Validitas Dengan Metode Korelasi Spearman Rank ..	35
4.2.2 Mengukur Pangsa Pasar Relatif Tiap Merk Pada Th 2007.....	41
4.2.3 Mengukur Pangsa Pasar Tiap Merk Pada Th 2007.....	43
4.2.4 Pemetaan Pada Matrik BCG	44
4.3 Alternatif Strategi	51
V. SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

4.1 Jumlah Karyawan PAL Motor Lumajang.....	28
4.2 Data Responden berdasarkan usia.....	30
4.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	31
4.4 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan	31
4.5 Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	32
4.6 Korelasi variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	33
4.7 Variabel reliabilitas.....	34
4.8 Masyarakat pembeli.....	35
4.9 Masyarakat bukan pembeli.....	36
4.10 Group statistics.....	38
4.11 Standardized cononical discriminant function coefficients.....	39
4.12 Struktur matriks.....	40
4.13 Hasil uji F dan Uji Wilks Lambda.....	41
4.14 Eigenvalues.....	42
4.15 Wilks Lambda.....	43
4.16 Urutan kontribusi pembeda.....	43
4.17 Perbandingan responden pembeli dan bukan pembeli.....	44
4.18 Classifications result.....	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1 Model lima tahap proses pembelian.....	11
2 Keterkaitan antar variabel bauran pemasaran.....	13
3 Alur pemecahan masalah	23
4 Struktur organisasi	26

