



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIC
HONDA BEAT DI AMBULU
JEMBER**

*Analysis of factors Influence Buying Decision Againts Honda Motorcycles
Matic Beat in Ambulu Jember*

SKRIPSI

Oleh :

DANU FEBRIAN

070810201207

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR *MATIC*
HONDA BEAT DI AMBULU
JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

oleh:

DANU FEBRIAN

070810201207

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Danu Febrian

NIM : 070810201207

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Honda Beat di Ambulu Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 12 Juni 2012

Yang menyatakan,



Danu Febrian

NIM 070810201207

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Honda Beat di Ambulu Jember

Nama : Danu Febrian

NIM : 070810201207

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Tanggal Persetujuan : 12 Juni 2012

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM

NIP. 19600413 198602 1 002

Drs. Kamarul Imam, Msc

NIP. 19480922 198103 1 001

Ketua Jurusan

Program Studi Manajemen

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIC
HONDA BEAT DI AMBULU**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Danu Febrian
NIM : 070810201207
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal: **21 Juni 2012**

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : **Dr. Imam Suroso, SE, M.Si** :.....
NIP. 19591013 198802 1 001

Sekretaris : **Drs. Kamarul Imam, Msc** :.....
NIP. 19480922 198103 1 001

Anggota : **Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM** :.....
NIP. 19600413 198602 1 002



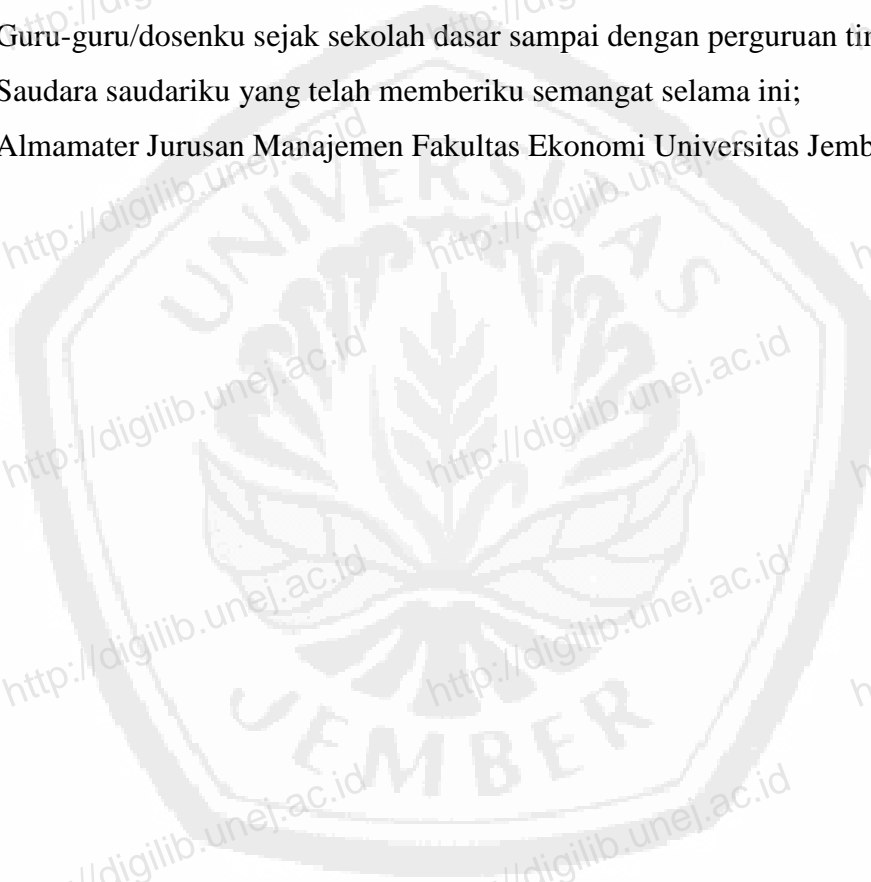
Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan jalan dan petunjuk-Nya;
2. Rosulullah Muhammad SAW;
3. Kedua orang tuaku tercinta ayahanda Hariyono dan Ibunda Rohana. Yang telah memberi dukungan, mendoakan, mendidik dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini;
4. Guru-guru/dosenku sejak sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi;
5. Saudara saudariku yang telah memberiku semangat selama ini;
6. Almamater Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.



MOTTO

Jauhilah MOLIMO :

1. Madat (Narkoba)
2. Minum Khomer (Minum Minuman Keras)
3. Madon (Berzina)
4. Maling (Mencuri)
5. Mejahi Tiyang (Membunuh)

(KH. Sholeh Baharudin)

Bermimpilah! Lalu kejar dengan jujur, sabar, tekun, dan semangat.

(Mario Teguh)

Jangan takut bermimpi kaarena mimpi adalah kenyataan yang akan terwujud.

(Penulis)

RINGKASAN

Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Honda Beat di Ambulu Jember; Danu Febrian; 070810201207; 2012: 59 Halaman; Jurusan Ekonomi Universitas Jember.

Variabel pendidikan, penghasilan, harga, model, kualitas, distribusi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* honda beat di Ambulu Jember. Dan dari salah satu variabel tersebut variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* honda beat di Ambulu Jember. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis apakah Variabel pendidikan, penghasilan, harga, model, kualitas, distribusi, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* honda beat di Ambulu Jember.

Populasi di dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan keputusan pembelian sepeda motor *matic* merek Honda Beat utamanya di Kecamatan Ambulu Jember. Metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Sampel penelitian sebanyak 90 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas dan analisis regresi logistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel pendidikan, penghasilan, harga, model, kualitas, distribusi, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* merek Honda Beat di Ambulu Jember. Variabel model menjadi faktor yang paling dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* merek Honda Beat di Ambulu Jember.

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan, penghasilan, harga, model, kualitas, distribusi, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* merek Honda Beat di Ambulu Jember. Variabel model menjadi faktor yang paling dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* merek Honda Beat.

SUMMARY

Analysis of factors Influence Buying Decision Againts Honda Motorcycles

Matic Beat in Ambulu Jember; Danu Febrian; 070810201207; 2012 ; 59 page;

Departement of Economics, University of Jember

Variable of education, income, prices, models, quality, distribution, and promotion influence purchasing decisions matic motorcycle honda beat in Ambulu Jember. And from one of these variables are variables which have a dominant influence on purchase decisions matic motorcycle honda beat in Ambulu Jember. The research objective is to investigate and analyze whether the variables education, income, prices, models, quality, distribution, and promotion of significant effect on purchase decisions matic motorcycle honda beat in Ambulu Jember.

Population in this study were consumers who have made a purchase decision matic motorcycle brand in the district mainly Honda Beat Ambulu Jember. Purposive sampling method using sampling. Study sample as many as 90 people. Data analysis methods used is a test of validity, reliability test and logistic regression analysis.

The results showed that the variables of education, income, prices, models, quality, distribution, and promotion of significant effect on purchase decisions matic motorcycle brands Honda Beat in Ambulu Jember. Variable models to be the most dominant factor for purchase decisions matic motorcycle brands Honda Beat in Ambulu Jember.

Conclusions This study suggests that education, income, prices, models, quality, distribution, and promotion of significant effect on purchase decisions matic motorcycle brands Honda Beat in Ambulu Jember. Variable models to be the most dominant factor for purchase decisions matic motorcycle brands Honda Beat.

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT serta hidayahNya, yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi S-1 (Manajemen) Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan dan bimbingan semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Selain itu, dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu secara langsung atau tidak langsung. Sebagai ungkapan bahagia, maka pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM dan Drs. Kamarul Imam, Msc, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan pengarahan selama penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
2. Ayahanda Hariyono dan Ibunda Rohana tercinta atas ridho, doa, dukungan dan nasehat yang selalu memudahkan langkah penulis;
3. Teman-teman manajemen angkatan 2007;
4. Kepada semua pihak, yang telah dengan tulus ikhlas membantu dan mendoakan keberhasilan bagi saya, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya sampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, petunjuk dan bimbingan-Nya kepada kita semua, Amin!. Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, maka disadari sepenuhnya skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.

Akhirnya, semoga skripsi ini memberikan manfaat dan guna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Jember, 12 Juni 2012

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pokok Permasalahan	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	7
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen	7
2.1.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	8
2.1.4 Teori Tentang Keputusan Pembelian	14
2.1.5 Pengertian Pemasaran	16
2.2 Landasan Penelitian Sebelumnya	17
2.3 Kerangka Konseptual	21
2.4 Hipotesis	22
BAB 3. METODE PENELITIAN	23
3.1 Rancangan Penelitian	23

3.2 Jenis dan Sumber Data	23
3.3 Populasi dan Sampel.....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5 Identifikasi Variabel	25
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.7 Skala Pengukuran.....	28
3.8 Uji Instrumen Data.....	29
3.8.1 Uji Validitas	29
3.8.2 Uji Reliabilitas	30
3.9 Teknik Analisis Data	31
3.9.1 Analisis Regresi Logistik.....	31
3.9.2 Uji Model	32
3.9.3 Kerangka Pemecahan Masalah	34
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum UD Jaya Motor Ambulu	36
4.1.1 Gambaran Umum UD Jaya Motor Ambulu	37
4.2 Gambaran Umum Kecamatan Ambulu	38
4.3 Gambaran Umum Responden	39
4.3.1 Jenis Kelamin Responden	39
4.3.2 Umur Responden	39
4.3.3 Penghasilan Responden	40
4.4 Deskripsi Variabel Penelitian	40
4.4.1 Deskripsi Variabel Pendidikan.....	41
4.4.2 Deskripsi Variabel Penghasilan.....	41
4.4.3 Deskripsi Variabel Harga	42
4.4.4 Deskripsi Variabel Model	42
4.4.5 Deskripsi Variabel Kualitas	43
4.4.6 Deskripsi Variabel Distribusi	43
4.4.7 Deskripsi Variabel Promosi	44
4.4.8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	45
4.5 Uji Instrumen	45
4.5.1 Uji Validitas	45
4.5.2 Uji Reliabilitas	46
4.6 Regresi Logistik.....	46

4.6.1 Pengujian Model	49
4.7 Pembahasan	52
4.7.1 Pembahasan Variabel Pendidikan.....	52
4.7.2 Pembahasan Variabel Penghasilan.....	53
4.7.3 Pembahasan Variabel Harga.....	53
4.7.4 Pembahasan Variabel Model.....	54
4.7.5 Pembahasan Variabel Kualitas.....	55
4.7.6 Pembahasan Variabel Distribusi.....	56
4.7.7 Pembahasan Variabel Promosi.....	56
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

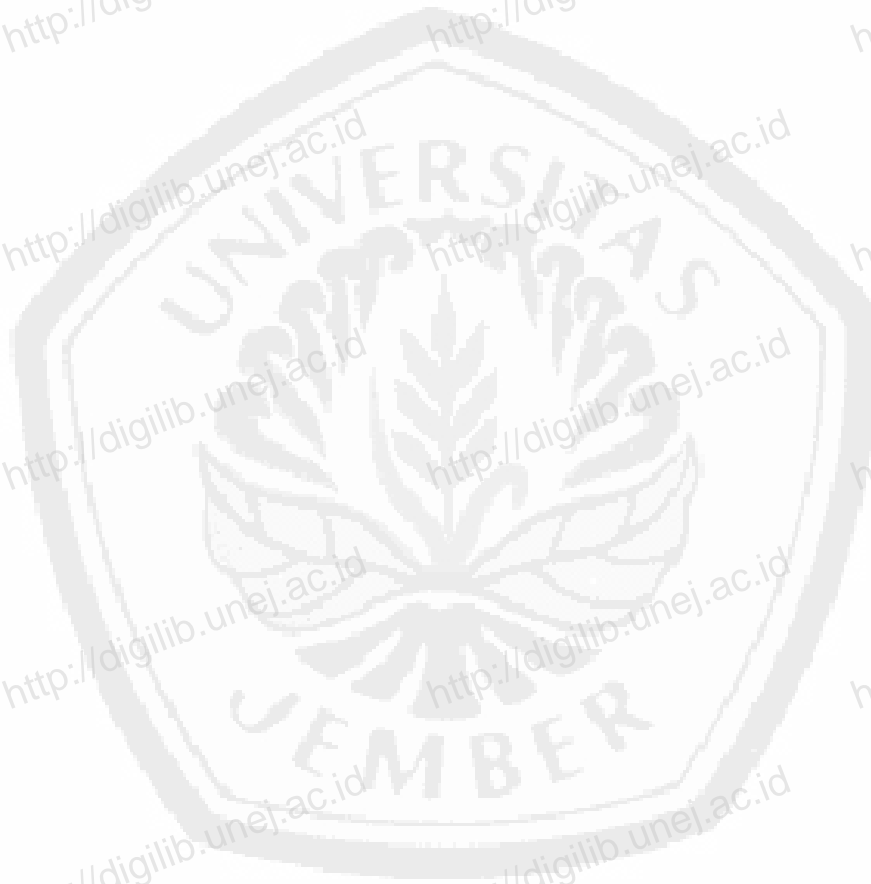


DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian	19
4.1 Jenis Kelamin Responden	39
4.2 Umur Responden	39
4.3 Penghasilan Responden.....	40
4.4 Deskripsi Variabel Pendidikan.....	41
4.5 Deskripsi Variabel Penghasilan	41
4.6 Deskripsi Variabel Harga.....	42
4.7 Deskripsi Variabel Model	43
4.8 Deskripsi Variabel Kualitas	43
4.9 Deskripsi Variabel Distribusi	43
4.10 Deskripsi Variabel Promosi	44
4.11 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	45
4.12 Uji Validitas	46
4.13 Uji Reliabilitas	46
4.14 Regresi Logistik	47
4.15 <i>Omnibus Tests Of Model Coefficients</i>	50
4.16 <i>Model Summary</i>	50
4.17 <i>Classification Tabel</i>	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	8
2.2 Model Keputusan Pembelian	14
2.3 Gambar	21
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	35
4.1 Struktur Organisasi	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Tabulasi Data Responden

Lampiran 3 Analisis Statistik

Lampiran 4 Analisis Faktor

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Data

Lampiran 6 Hasil Regresi Logistik

