

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA  
MOTOR MEREK HONDA DI PT. MPM BLITAR**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat  
Dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1)**



**Disusun Oleh :**

**Nama : Bayu Angga  
NIM : 11222002  
Pembimbing : Sandi Eka Suprajang, SE. MM.**

**JURUSAN MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA  
BLITAR  
2014**

## **LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari

Nama : Bayu Angga  
N I M : 11222002  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

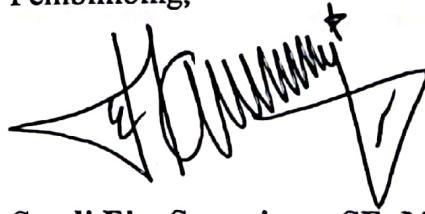
**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Merek Honda Di PT. MPM Blitar**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal Agustus 2013 sampai dengan Juni 2014 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji di depan dewan penguji skripsi.

Demikian persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut di atas.

Blitar, 16 Juni 2014

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Sandi Eka Suprajang". The signature is fluid and cursive, with a small upward arrow at the end of the main line and a vertical line extending downwards from the bottom right.

Sandi Eka Suprajang, SE, MM.

## **LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Bayu Angga  
N I M : 11222002  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Merek Honda Di PT. MPM Blitar**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan peraturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, 16 Juni 2014

METERAI TEMPEL 10  
PT. MERAH BIRU BANDUNG  
410ADACF343337958  
ENAM RIBU RUPIAH  
**6000** DJP

Bayu Angga

## SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : LUKITO PRESTIONO  
Jabatan : Kepala Cabang Blitar

Menerangkan bahwa

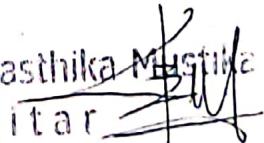
Nama : BAYU ANGGA  
N I M : 11222002  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen  
Asal Sekolah : STIE Kesuma Negara Blitar

Telah melaksanakan penelitian pada PT. Mitra Pinasthika Mustika dengan judul :  
**"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR MEREK HONDA DI PT. MPM BLITAR"**

Dimulai sejak tanggal 5 Januari 2014 sampai dengan 10 Pebruari 2014.

Demikian surat keterangan ini Saya buat untuk dipergunaan sebagaimana mestinya.

Blitar, 10 Pebruari 2014

PT. Mitra Pinasthika Mustika  
Blitar 

LUKITO PRESTIONO

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR MEREK HONDA DI PT. MPM BLITAR

Yang disusun oleh :

Nama : BAYU ANGGA  
N I M : 11222002  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 28 Juni 2014

#### SUSUNAN DEWAN PENGUJI

NO.	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1.	Aris Sunandes, SE., MM.	Pengaji I	
2.	Retno Murni Sari, SE., MM.	Pengaji II	
3.	Sandi Eka Suprajang, SE., MM.	Pengaji III	

Blitar, 28 Juni 2014

Pembimbing,



Sandi Eka Suprajang, SE., MM.



Ketua Program Studi,



Aris Sunandes, SE., MM.

## ABSTRAKSI

### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR MEREK HONDA DI PT. MPM BLITAR

Bayu Angga - 11222002

**Kata Kunci :** *Motivasi, disiplin, kepuasan kerja dan kinerja pegawai*

Perilaku konsumen yang satu dengan yang lainnya tidak sama dan berubah-ubah setiap saat, maka perilaku konsumen dalam membeli harus dipelajari secara terus menerus, mengingat situasi kondisi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Usaha untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen yaitu dengan cara mengenali tipe perilaku konsumen yang menjadi sasaran dari kendaraan bermotor yang diproduksi. Mengenali tipe perilaku konsumen merupakan salah satu cara agar konsumen mau membeli produk perusahaan sehingga pemasaran yang dilakukan dapat berjalan dengan baik.

Hasil penelitian nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,502. Artinya persepsi, sikap, motivasi dan pembelajaran mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 50,2% sedang sisanya yaitu 49,8% dipengaruhi oleh variabel lain atau diluar variabel bebas yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini besarnya F hitung sebesar 35,126 dan nilai ini lebih besar dari F tabel 2,47 Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh secara simultan faktor persepsi, sikap, motivasi dan pembelajaran secara simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT. MPM Blitar. Hasil penelitian ini besarnya t hitung sebesar 5,883. Nilai ini lebih besar dari t tabel 1,980 Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh faktor persepsi terhadap pengambilan keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT. MPM Blitar. Hasil penelitian ini besarnya t hitung sebesar 3,837 dari sikap konsumen, kesimpulannya adalah terdapat pengaruh faktor sikap terhadap pengambilan keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT. MPM Blitar. Hasil penelitian ini besarnya t hitung sebesar 2,130. Nilai ini lebih besar dari t tabel 1,980 dari motivasi konsumen. Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh faktor motivasi terhadap pengambilan keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT. MPM Blitar. Hasil penelitian ini besarnya t hitung sebesar 2,944. Nilai ini lebih besar dari t tabel 1,980 faktor pembelajaran kesimpulannya adalah terdapat pengaruh faktor pembelajaran terhadap pengambilan keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT. MPM Blitar. Hasil penelitian koefisien regresi berganda dengan variabel bebas pada regresi ini adalah persepsi, sikap, motivasi dan pembelajaran dengan variabel terikatnya keputusan pembelian. Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah :  $Y= 12,131 + 0,397X_1 + 0,012X_2 + 0,091X_3 + 0,068X_4$ . Hasil penelitian untuk melihat dominan pengaruhnya, maka dilihat dari Standardized Coefficient Beta ( $\beta$ ) yang nilainya paling besar. pada penelitian ini adalah persepsi sebesar 0,131 atau 13,1%.

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT dan karena dengan izin serta Rhidho-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Merek Honda Di PT. MPM Blitar.** Penelitian ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung ikut andil di dalamnya, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Iwan Setya Putra, SE. Ak. MM. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
2. Bapak Aris Sunandes, SE., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar
3. Bapak Sandi Eka Suprajang, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dengan baik.
4. Bapak serta Ibu Dosen yang telah membekali ilmu semasa kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
5. Rekan-rekan mahasiswa dan mahasiswi yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi yang tidak dapat aku sebut satu persatu.
6. Semua saudara dan teman-teman dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan tempat untuk berbagi suka dan duka hingga terselesaiannya penelitian ini.

Kesalahan dan ketidak sempurnaan adalah suatu kewajaran yang dimiliki setiap insan. Kesempurnaan hanyalah milik Allah Yang Maha Esa. Penulis

menyadari bahwa laporan ini masih perlu penyempurnaan. Kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca, sangat penulis harapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Blitar, Juni 2014

Peneliti

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAKSI .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Permasalahan .....	4
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Kegunaan Penelitian .....	6
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Teori Penelitian.....	12
C. Hipotesis Penelitian .....	32
BAB III : METODE PENELITIAN	

A. Difinisi Operasional Variabel .....	34
B. Populasi Dan Sampel .....	35
C. Jenis Dan Sumber Data.....	35
D. Metode Pengumpulan Data.....	36
E. Teknik Analisa Data .....	37
F. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	40
BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Data Perusahaan.....	42
B. Analisa Data.....	57
C. Pembahasan.....	72
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran .....	74

## **DAFTAR PUSTAKA**

Lampiran-lampiran

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1. :	Data Jenis Kelamin Responden .....	52
Tabel 4.2. :	Data Usia Responden.....	53
Tabel 4.3. :	Data Pendidikan Responden .....	54
Tabel 4.4. :	Data Status Responden .....	55
Tabel 4.5. :	Data Pekerjaan Responden .....	55
Tabel 4.6. :	Data Penghasilan Responden.....	56
Tabel 4.7. :	Uji Validitas.....	58
Tabel 4.8. :	Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.9. :	Uji Normalitas Distribusi.....	60
Tabel 4.10. :	Uji Multikolinearitas VIF .....	61
Tabel 4.11. :	Pengujian Autokorelasi.....	63
Tabel 4.12 :	Koefisien Determinasi .....	64
Tabel 4.13 :	Pengujian Hipotesis Simultan.....	65
Tabel 4.14. :	Pengujian Hipotesis Partial .....	66
Tabel 4.15. :	Variabel Dominan.....	70

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. :	Keputusan Membeli .....	29
Gambar 4.1. :	Struktur Organisasi .....	46
Gambar 4.2. :	Struktur Organisasi MPM Blitar.....	50
Gambar 4.3. :	Uji Heterokedastisitas .....	62

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Rekapitulasi

Lampiran 3 : Output spss