

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN
UNTUK MEMBELI MOTOR SUZUKI DI SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan
Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

AL ASHRI SUKARELAWATI
B 100 060 273

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN
UNTUK MEMBELI MOTOR SUZUKI DI SURAKARTA”**

Yang ditulis oleh :

Al Ashri Sukarelawati
NIM : B 100 060 273

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, Juni 2011

Pembimbing Utama

(Drs. Agus Muqorobin, MM)

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

(Dr. H. Triyono, SE, M.Si.)



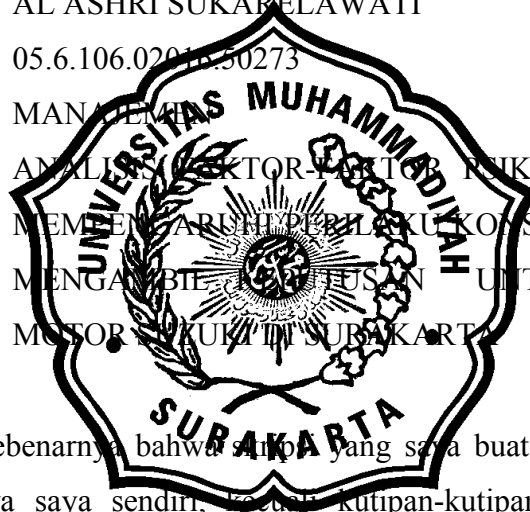
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl A. Yani Tromol Pos I Pabelan, Kartasura Telep. (0271) 717417 Surakarta-7102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AL ASHRI SUKARELAWATI
NIRM : 05.6.106.02011.50273
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS YANG
MEMPENGARUH PERILAKU KONSUMEN DALAM
MENGAMBIL KEPUTUSAN UNTUK MEMBELI
MOTOR DI SURABAYA



Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Juni 2011

Yang membuat pernyataan,

Al Ashri Sukarelawati

MOTTO

Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar (QS Al Baqarah:153).

1Orang-orang yang berhasil dalam hidup ini adalah orang-orang yang bangkit dan mencari keadaan yang mereka inginkan dan jika tak menemukannya, mereka akan membuat sendiri.....(Kahlil Gibran)

Pelita Ilmu terletak diotak, pelita agama terletak dihati, ilmu dan agama berjalan seiring tanpa mengganggu daerah masing-masing, keduanya dapat menjadi suluh bagi manusia dalam menjalani hidup. (Bung Hatta)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- ❖ Ayah dan Ibu yang selalu memberikan do'a dan dukungan.**
- ❖ Suami dan Anakku tercinta.**
- ❖ Teman-teman yang selalu mendukung aku.**
- ❖ Anak-anak Manajemen 2006 semoga sukses semua.**
- ❖ Almamater UMS.**

Kata Pengantar



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang, atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan sehingga selesainya penulisan ini kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, MS selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr.H. Triyono, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Drs. Agus Muqorobin, MM selaku pembimbing skripsi utama yang telah memberikan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini
5. Seluruh dosen Manajemen FE UMS yang telah membimbing penulis selama menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Ayah dan Ibu yang telah memberikan kasih sayangnya dan memberikan dorongan spiritual & material kepadaku sehingga aku dapat menyelesaikan kuliahku ini tepat waktu.

7. Teman-teman kuliah ku angkatan 2006. Semoga kekompakan kita dan kebersamaan kita dapat terjalin hingga kita memiliki kehidupan sendiri-sendiri. Thanks atas kebersamaan kita selama ini.
8. Serta terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya kata tak lepas dari sifat manusiawi, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun untuk dapat dijadikan pedoman bagi penulis kelak dikemudian hari.

Surakarta, Juni 2011

(Penulis)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran.....	5
B. Konsep Pemasaran.....	7
C. Defisiensi Produk.....	7
D. Perilaku Konsumen.....	9

E. Model Perilaku Konsumen.....	16
F. Pengertian Produk.....	18
G. Proses Keputusan Pembelian.....	21
H. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	24
I. Hipotesis.....	25
BAB III METODA PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Kerangka Pemikiran.....	26
C. Populasi, Sampel, dan Metoda Pengambilan Sampel.....	27
D. Data dan Sumber Data.....	28
E. Metoda Pengumpulan Data.....	29
F. Definisi Operasional Variabel.....	29
G. Instrumen Penelitian.....	31
H. Uji Instrumen Penelitian.....	31
I. Instrumen Penelitian.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Responden	38
B. Analisis Data.....	42
C. Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	56
B. Keterbatasan Penelitian.....	57
C. Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 38
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 39
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan..... 39
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 40
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... 41
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan..... 41
Tabel 4.7	Rangkuman Hasil Uji Validitas Motivasi..... 43
Tabel 4.8	Rangkuman Hasil Uji Validitas Persepsi..... 43
Tabel 4.9	Rangkuman Hasil Uji Validitas Pembelajaran..... 44
Tabel 4.10	Rangkuman Hasil Uji Validitas Keyakinan dan sikap..... 44
Tabel 4.11	Rangkuman Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian..... 45
Tabel 4.12	Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas..... 46
Tabel 4.13	Rangkuman Hasil Regresi Linear Berganda..... 47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Consumer's</i> black box.....	18
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	26

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap terhadap keputusan pembelian motor merk Suzuki di Surakarta dan menganalisis variabel manakah yang paling dominan dalam pengambilan keputusan pembelian motor merk Suzuki di Surakarta. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengambil suatu strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan dalam bisnis otomotif. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen motor Suzuki di Surakarta. Sedangkan jumlah sampel yang diambil sebesar 100 orang responden. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel motivasi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor merk Suzuki di Surakarta, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Variabel kelas persepsi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor merk Suzuki di Surakarta, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Variabel pembelajaran (X_3) dan variabel keyakinan dan sikap (X_4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor merk Suzuki di Surakarta, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hasil perhitungan secara serentak diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga variabel budaya, kelas sosial dan kelompok acuan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor merk Suzuki di Surakarta. Variabel budaya (X_1) merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor merk Suzuki di Surakarta, karena variabel motivasi mempunyai koefisien beta yang lebih besar dibandingkan dengan variabel-variabel yang lain, yaitu sebesar 0,288. Sehingga variabel motivasi yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor merk Suzuki di Surakarta terbukti kebenarannya.

Kata kunci : motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap