ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR INJECTION YAMAHA V-XION DI WILAYAH EKS-KARESIDENAN SURAKARTA

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

DWI NOLA RUDY ATMODJO
B 100 050 047

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2008

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan pertumbuhan industri otomotif sangatlah pesat saat ini, membuat persaingan antara produk-produk kendaraan bermotor, baik dalam hal bentuk, jenis dan merek yang beraneka ragam dengan spesifikasi masing-masing dari produk tersebut.

Inovasi produk pun semakin berkembang dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen serta menjaga agar konsumen tetap setia pada produk-produk yang ditawarkan, berbagai kemudahan pun terus dikembangkan guna memudahkan para konsumen untuk memperoleh atau mendapatkan produk yang ditawarkan, seperti pembelian secara kredit, garansi, serta menjamin ketersediaan suku cadang, perusahaan juga bekerjasama dengan pihak lain untuk menyediakan bengkel–bengkel servis kendaraan bermotor bagi para konsumennya.

Perkembangan industri otomotif tersebut tidak lepas, dari perkembangan dibidang teknologi, serta meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk-produk otomotif untuk memudahkan mobilitas, pergerakan atau perpindahan mereka dari satu tempat ketempat yang lain. Fasilitas itu akhir-akhir ini mejadi kebutuhan yang sangat penting untuk dipenuhi, sebab akan memberikan banyak kemudahan bagi yang menggunakannya. Kemudahan yang dapat diperoleh antara lain mengurangi waktu perjalanan atau

mampercepat bagi pengguna kendaraan untuk sampai ke tempat tujuan. Sehingga dapat, mendukung kegiatan-kegiatan yang penting atau mendesak yang harus dilakukan pada tempat-tempat yang relative jauh dari tempat bagi pengguna.

Keputusan untuk menggunakan seberapa besar dari pendapatan atau kekayaan yang akan konsumsi merupakan pertanyaan mikro ekonomi, tetapi jawabannya mengandung konsekuensi makro ekonomi. Menurut Mankiw, (2003 dalam Suharsih, 2004: 1) keputusan konsumsi rumah tangga mempengaruhi keseluruhan perilaku ekonomi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Konsumen merupakan organisme yang mempunyai berbagai hal yang dapat mempengaruhi untuk mengkonsumsi sesuatu, baik dari faktor produk, harga pelayanan dan lain sebagainya.

Kompleknya konsumen di sebabkan oleh faktor manusiawi yakni adanya kebutuhan manusia yang tak terbatas, selain pengaruh kondisi eksternal dan internal lainnya yang berakibat langsung pada perilaku mereka. Perilaku inilah yang perlu mendapat perhatian para pemasar, karena dengan mengetahui bagaimana konsumen berperilaku, pemasar akan dapat dengan mudah mempengaruhi agar mau mengadopsi produk yang ditawarkan. Perubahan yang pesat di lingkungan masyarakat mempengaruhi perilaku dan selera konsumen, sehingga konsumen akan semakin kritis dalam melakukan suatu proses pembelian.

Pengaruh perubahan sikap konsumen ini telah menyebabkan manajemen pemasaran untuk selalu berusaha mempengaruhi pengenalan produk terhadap

konsumennya, yaitu dengan mengevaluasi kembali kebutuhan dan keinginan konsumen serta membuat inisiatif, kreatif, dan inovatif serta tidak lupa memperhatikan kualitas, pengemasan dan harga. Demikian pula dengan perilaku konsumen yang selalu mengalami perubahan. Perubahan perilaku dan selera konsumen dapat terjadi sewaktu-waktu akibat dari umur, pendidikan dan pendapatan, selain itu pengaruh dari dalam diri konsumen itu sendiri maupun dari lingkungan sekitar yang turut mempengaruhinya. Berdasarkan hal itu dilakukan penelitian dengan judul: "**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR INJECTION YAMAHA V-XION DI WILAYAH EKS-KARESIDENAN SURAKARTA".**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah "apakah perilaku konsumen (umur, pendidikan dan pendapatan) mempunyai hubungan dengan keputusan pembelian (kualitas, harga dan model) motor Injection Yamaha V-Xion di Wilayah Eks Karesidenan Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara perilaku konsumen (umur, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan) terhadap keputusan pembelian motor Injection Yamaha V-Xion

di Wilayah Eks Karesidenan Surakarta dalah hal ini dilihat dari segi kualitas, harga dan model.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan diperoleh beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

   Penelitian ini penting karena implikasi strategis yang dihasilkan dari temuan dapat mengidentifikasi berbagai faktor kritikal yang perlu diperhatikan dalam mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian motor Injection Yamaha V-Xion di Wilayah Eks Karesidenan Surakarta, sehingga dapat menerapkan strategi yang tepat untuk semakin meningkatkan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian motor Injection Yamaha V-Xion di Wilayah Eks Karesidenan Surakarta.

2. Bagi Universitas Muhammadiyah Surakarta

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi tambahan untuk penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran untuk Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bagi Penulis

   Penelitian ini sebagai prasyarat untuk menempuh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Surakarta dan harapan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan disiplin ilmu yang diperoleh

selama mengikui proses perkuliahan, khususnya mengenai pendidikan pemasaran guna mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori tentang pemasaran dan perilaku konsumen serta hasil penelitian terdahulu yang akan dijadikan landasan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dikemukakan tentang kerangka pemikiran, metode analisa data, sumber dan jenis data serta teknik pengumpulan data yang penulis lakukan.

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis data yang tidak diperoleh dengan menggunakan teknik analisis yang telah ditetapkan oleh penulis untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan pembahasan yang berisikan gambaran umum perusahaan dari objek peneliti, data yang diperoleh, analisis data dan pembahasannya.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan terbukti tidaknya hipotesis.

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA