

**ANALISIS PERILAKU MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UMS
DALAM PEMBELIAN HELM INK**



NASKAH PUBLIKASI

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh :

AHMAD TAUFIK SALEH

B 100 120 002

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2014**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Pabelan Kartasura Tromol Pos 1 Telp. (0271) 717417 Psw. 213 Surakarta - 57102

Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah

Yang bertanda tangan di bawah ini pembimbing skripsi:

Nama : Drs. M. Farid Wajdi, MM.,Ph.D.

Telah membaca dan mencermati artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi dari mahasiswa:

Nama : Ahmad Taufik Saleh

NIM : B 100 120 002

Program Studi : S1 Ekonomi Manajemen

Judul Skripsi : Analisis Perilaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta Dalam Keputusan Pembelian Helm Merk Ink

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Demikian persetujuan dibuat, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Surakarta, 15 April 2014

Pembimbing Utama,

(Drs. M. Farid Wajdi, MM.,Ph.D)

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah tingkat harga, kualitas produk, model, promosi akan mempengaruhi keputusan Mahasiswa dalam pembelian Helm INK. Dari penelitian yang dilakukan ini bermanfaat untuk mengetahui faktor apa yang paling dominan diantara variabel diatas dalam keputusan pembelian helm merk INK dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMS.

Alat analisis yang digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini adalah *chi square*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Adapun sampel dari penelitian ini adalah 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa jenis kelamin, umur, lama menjadi konsumen, jumlah uang saku perbulan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap tingkat harga, kualitas produk, model, promosi, dan keputusan pembelian dalam membentuk keputusan pembelian helm INK dengan $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$. Hasil selisih antara nilai C Max dengan koefisien kontingensi menunjukkan bahwa antara umur dan kualitas produk memiliki selisih paling kecil dibandingkan dengan variabel yang lain, yaitu dengan nilai 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa umur dan kualitas produk paling dominan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap helm INK.

Kata kunci : jenis kelamin mahasiswa, umur, lama menjadi konsumen, jumlah uang saku perbulan.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Helm digunakan untuk melindungi kepala bila terjadi kecelakaan lalu-lintas pada para pengguna sepeda motor. Pertama sekali dicetuskan untuk diwajibkan untuk digunakan di Indonesia oleh Kepala Kepolisian RI Hoegeng, tetapi mendapatkan penolakan yang keras pada waktu itu, kemudian ditetapkan secara resmi di dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1992.

Pada tahun 2003 (Solopos,2003) dimulainya operasi pemusnahan helm yang bukan standar oleh jajaran kepolisian, ada beberapa warga dan kalangan mahasiswa yang mengeluh dengan penggunaan helm standar. Berbagai alasan mulai dari kepala terasa berat, tidak nyaman, kurang bisa mendengar kalau ada yang memanggil, dan sebagainya.

Helm motor dapat dikelompokkan dalam beberapa kelompok yaitu helm separuh kepala (*half face*), tiga perempat (*open face*) dan penuh (*full face*). Helm yang baik adalah helm yang aman dan nyaman ketika digunakan. Biasanya helm yang baik adalah helm yang lulus persyaratan DOT (Departement of Transportation) atau standar transportasi Amerika Serikat. Helm yang aman mestinya berbanding lurus dengan tingkat kenyamanan meskipun hampir tidak ada helm yang benar-benar nyaman. Kewajiban menggunakan helm standar nasional Indonesia bagi pengendara sepeda motor diatur dalam **Pasal 57 ayat (1) jo ayat (2) [UU No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan](#)** (“UU No. 22/2009”) yang berbunyi :

(1) Setiap Kendaraan Bermotor yang dioperasikan di Jalan wajib dilengkapi dengan perlengkapan Kendaraan Bermotor.

(2) Perlengkapan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bagi Sepeda Motor berupa helm standar nasional Indonesia.

Selain itu, **Pasal 106 ayat (8) UU No. 22/2009** mengatur bahwa:

“Setiap orang yang mengemudikan Sepeda Motor dan Penumpang Sepeda Motor wajib mengenakan helm yang memenuhi standar nasional Indonesia.”

Jadi, berdasarkan ketentuan di atas pengendara motor baik pengemudi maupun penumpang **diwajibkan** menggunakan helm dengan standar nasional Indonesia.

Adapun helm dengan standar nasional Indonesia sesuai UU No. 22/1009 dapat diketahui dari adanya tanda SNI pada helm. Sekarang ini banyak sekali terdapat merk-merk helm yang ditawarkan kepada konsumen seperti Arai, Shoe, Nolan, INK, KYT dan sebagainya. Selain itu pada saat ini persaingan akan produk helm yang sudah berstandar SNI semakin banyak dan hampir semua produk helm saat ini berstandarkan SNI. Dari sumber-sumber yang telah dikumpulkan dapat diketahui bahwa para mahasiswa tertarik dengan produk helm INK karena produk tersebut banyak pilihan modelnya dan warna yang dikehendaki oleh mahasiswa.

Dari sumber-sumber yang telah dikumpulkan dapat diketahui bahwa para mahasiswa tertarik dengan produk helm INK karena produk tersebut banyak pilihan modelnya dan warna yang dikehendaki oleh mahasiswa. Selain faktor yang muncul dari konsumen, seharusnya produsen juga mengimbanginya, yakni dengan mempengaruhi konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan dan melalui evaluasi berkala demi kelangsungan hidup produsen itu sendiri. Tidak semua merk helm yang mampu menarik perhatian dan diminati oleh sebagian besar konsumen yang ada, tetapi hanya beberapa saja. Salah satunya adalah helm merk INK yang menjadi pilihan konsumen khususnya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis ingin mengambil judul “ Analisis Perilaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Ums Dalam Pembelian Helm INK ”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara tingkat harga, kualitas produk, model, promosi terhadap pembelian helm INK di kalangan Mahasiswa ?
2. Dari pengaruh diatas, pengaruh manakah yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap perilaku Mahasiswa dalam pembelian helm INK?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah : Untuk mengetahui apakah tingkat harga, kualitas produk, model, promosi akan mempengaruhi keputusan Mahasiswa dalam pembelian Helm INK.

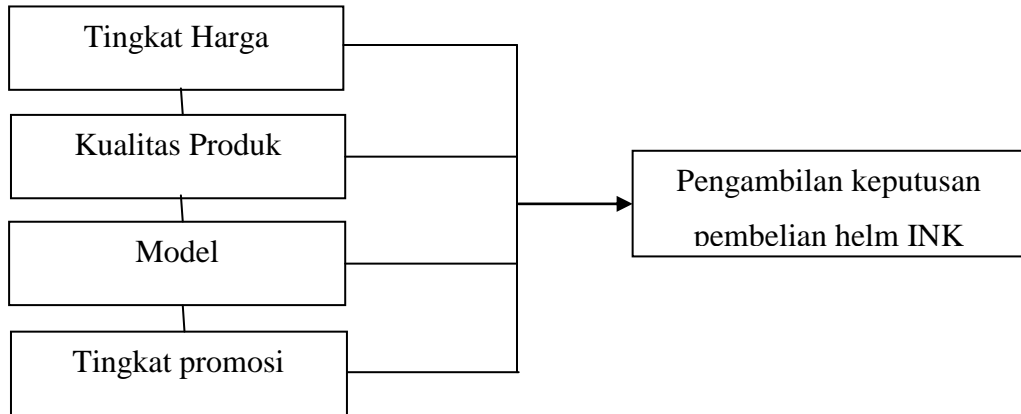
D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Manfaat Praktis
 - Untuk memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu pemasaran bagi perusahaan helm.
2. Manfaat Teoritis
 - a. Diharapkan juga sebagai referensi, tambahan khasanah kepustakaan dan bahan masukan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian yang sama di masa yang akan datang.
 - b. Untuk memberikan masukan pada bidang ekonomi khususnya yang berkaitan tentang perilaku konsumen bagi perusahaan dan konsumen helm.

METODE PENELITIAN

A. Kerangka Pemikiran



Keterangan :

1. Variabel dependen adalah yang diakibatkan adanya variabel bebas, dalam hal ini adalah Pengambilan Keputusan Pembelian *helm INK*.
2. Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab variabel terikat, dalam hal ini adalah tingkat harga, kualitas produk, model, tingkat promosi terhadap pembelian helm *helm INK* di kalangan Mahasiswa.

Dalam penelitian ini variabel independen yang meliputi tingkat harga, kualitas produk, model, tingkat promosi terhadap pembelian helm *Helm INK* di kalangan Mahasiswa apakah mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yaitu Pengambilan Keputusan Pembelian *Helm INK* melalui uji regresi linier berganda, uji t, uji F serta koefisien determinasi.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi fokus atau kajian penelitian. Sasaran dalam penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui seberapa besar perilaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMS dalam pembelian helm INK. Pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara menyebar kuisioner kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMS. Dari pengambilan sampel Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

UMS tersebut maka dapat diketahui seberapa besar pengaruhnya terhadap pembelian helm INK tersebut.

C. Sumber Data

Data primer yaitu data yang pertama kali diambil langsung dari sumbernya. Dalam hal ini data primernya berupa data yang berkaitan dengan variabel dalam penelitian ini dan diperoleh langsung dari responden yang sedang membeli helm INK.

D. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan, obyektif dalam pelaksanaan penelitian perlu adanya kecocokan dalam memilih metode penelitian data. Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara : Kuesioner atau angket yaitu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Dalam penelitian ini, metode angket merupakan metode pokok untuk mendapatkan data.

E. Populasi dan Sempel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan/individu) yang karakteristiknya hendak diduga (Djarwanto & Pangaestu Subagyo, 1993 : 107). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk helm INK di area kampus Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMS.

2. Sempel

Sempel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap mewakili keseluruhan populasi (jumlah lebih sedikit dari jumlah populasinya) (Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo, 1993 : 108). Sempel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 100 responden. Penelitian 100 responden tersebut dilakukan secara acak/ random sampling. Di dalam random sampling sampel dipilih secara acak dari semua populasi yang ada di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMS.

HASIL PENELITIAN

Sesuai dengan tujuan penulisan yaitu analisis perilaku mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis ums dalam pembelian helm ink, maka diberikan langsung sebuah kuisisioner yang akan diisi oleh 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS yang akan dijadikan sebagai sumber untuk penarikan suatu masalah. Selanjutnya dari 100 kuesioner yang dibagikan kepada responden, berikut ini karakteristik responden yang ditemukan dalam penelitian yaitu, karakteristik umur, jenis kelamin, lama menjadi konsumen, uang saku perbulan. Secara rinci karakteristik mahasiswa UMS dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Mahasiswa

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-Laki	50	50%
Perempuan	50	50%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2013

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 100 mahasiswa UMS yang membeli helm merek INK mempunyai disribusi jenis kelamin yang seimbang, yaitu sebanyak 50 orang (50%) mahasiwa berjenis kelamin perempuan dan 48 orang (48%) mahasiswa berjenis kelamin laki-laki.

2. Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.2

Umur

Umur	Jumlah	Prosentase
17-20 Tahun	53	53%
20-23 Tahun	46	46%
23-26 Tahun	1	1%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2013

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 100 mahasiswa UMS yang membeli helm merek INK, sebagian besar terdiri atas mahasiswa yang berumur antara 17-20 tahun yaitu sebanyak 53 orang (53%), sedang yang berumur 20-23 tahun sebesar 46 orang atau (46 %), dan mahasiswa yang berumur 23-26 tahun adalah sebanyak 1 orang (1%).

3. Lama Menjadi Konsumen

Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi konsumen dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.3

Lama Menjadi Konsumen

Lama menjadi konsumen	Jumlah	Prosentase
2 – 3 Tahun	43	43%
3 – 4 Tahun	49	49%
> 5 Tahun	8	8%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2013

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 100 mahasiswa UMS yang telah menjadi konsumen dari helm INK yaitu untuk 2-3 tahun sebanyak 43 orang (43%), untuk 3-4 tahun sebanyak 49 orang (49%) dan yang lebih dari 5 tahun sebanyak 8 orang (8%).

4. Jumlah Uang Saku Perbulan

Karakteristik responden berdasarkan jumlah uang saku perbulan dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.4

Jumlah Uang Saku Perbulan

Jumlah Uang Saku Perbulan	Jumlah	Prosentase
Rp. 550.000 – Rp. 600.000,-	47	47%
Rp. 650.000 – Rp. 700.000,-	39	39%
> Rp. 700.000,-	14	14%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2013

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 100 mahasiswa UMS yang telah menjadi konsumen dari helm INK yang memiliki uang saku antara Rp. 550.000-Rp.600.000 sebanyak 47 orang (55%), untuk uang saku antara Rp. 650.000-Rp. 700.000 sebanyak 39 orang (39%), dan untuk uang saku diatas Rp.700.000 sebanyak 14 orang (14%).

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.

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis perilaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMS dalam pembelian helm INK diperoleh hasil bahwa perilaku mahasiswa mempunyai hubungan yang signifikan dengan keputusan pembelian helm INK. Hasil selisih antara nilai C Max dengan koefisien kontingensi menunjukkan bahwa antara umur dan kualitas produk memiliki selisih paling kecil dibandingkan dengan variabel yang lain, yaitu dengan nilai 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa umur dan kualitas produk paling

dominan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap helm INK.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Bambang Pramono 2006 dengan judul analisa perilaku konsumen terhadap pembelian sepeda motor yamaha di kecamatan tasikmadu kabupaten Karanganyar dengan hasil pembahasan yang menunjukkan bahwa hipotesis yang mengatakan bahwa” ada keterkaitan yang berarti antara karakteristik konsumen yang terdiri dari tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, usia terhadap atribut produk yang terdiri dari jenis dan kualitas sepeda motor yamaha, dan yang paling dominan adalah hubungan antara usia dengan jenis sepeda motor” terbukti.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Purwadi (1996). Berdasarkan hasil analisis maka hipotesa yang berbunyi ”Karakteristik konsumen yang terdiri dari pendapatan orang tua, selera konsumen dan tingkat harga berpengaruh dan mempunyai keterkaitan erat terhadap pemilihan tas Eiger bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta” semua terbukti kebenarannya, karakteristik konsumen yang mempunyai pengaruh terhadap pemilihan tas Eiger adalah tingkat pendapatan orang tua, selera konsumen dan tingkat harga, sebab dari hasil perhitungan terhadap keterkaitan dan signifikan baik terhadap pengaruh ataupun jenis.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis perilaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMS dalam pembelian helm INK dapat ditarik kesimpulan:

1. Perilaku mahasiswa mempunyai hubungan yang signifikan dengan keputusan pembelian helm INK. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku mahasiswa yang terdiri dari jenis kelamin, umur, lama menjadi konsumen dan uang saku memberikan kontribusi dalam pengambilan keputusan pembelian helm INK berdasarkan pada faktor harga, kualitas produk, model dan promosi ($p < 0,05$).
2. Hasil selisih antara nilai C Max dengan koefisien kontingensi menunjukkan bahwa antara umur dan kualitas produk memiliki selisih paling kecil dibandingkan dengan variabel yang lain, yaitu dengan nilai 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa umur dan kualitas produk paling dominan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap helm INK.

DAFTAR PUSTAKA

Ardian, Andre. 2010. Skripsi. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Suzuki Di Surakarta”. UMS:Surakarta.

Bashu Swastha 1996. *Azaz-Azaz Marketing*. Penerbit Liberty : Yogyakarta.

Basu Swastha, T. Hani Handoko, 2001. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi2, Liberty. Yogyakarta.

Boediono, 1998. *Pemasaran Bisnis*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, Hani, 2000, *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.

Djarwanto Ps dan Pangestu Subagyo. 1998. *Statistik Induktif*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE UGM.

Fandy Tjiptono 2007. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing: Malang.

Ghozali, Imam, 2003, *Aplikasi Analisis Multivariate Prinsip dan Kasus*, BPFE, Yogyakarta.

Kesuma, Eva Dwi. 2007. Skripsi. “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Sepeda Motor Honda Supra Di Kecamatan Banyudono Boyolali”. UMS:Surakarta.

Kotler, Philip, 2001. *Manajemen Pemasaran*, Edisi VII. BPFE. Yogyakarta.

_____. *Manajemen Pemasaran*, Edisi XI. Gramedia. Yogyakarta.

_____. *Manajemen Pemasaran*, Edisi VII. BPFE. Yogyakarta.

Pramono, Bambang. 2007. Skripsi. “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kecamatan Tasikmadu Kabupaten Karanganyar”. UMS:Surakarta.

Saefudin, M.Ali. 2011. Skripsi. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Rokok Classmild Disurakarta”. UMS:Surakarta.

Sekaran, Uma, 2003, *Research Methods for Business*, Third Edition, United States of America: Southern Illinois University at Carbonadale.

Stanton, William J. 1996. Prinsip pemasaran (terjemahan) Edisi 7 Jilid 1. Jakarta:Erlangga.

Subagyo, Pangestu, 2010. Statistika Terapan Edisi 2. BFEE : Yogyakarta.