

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN DALAM MEMBELI  
DAIHATSU XENIA  
( Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Semarang )**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**Nama : Indra Kristianto**

**NIM : 00.30.0329**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2007**

## **HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Indra Kristianto  
NIM : 00.30.0329  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
DALAM MEMBELI DAIHATSU XENIA**  
(Studi Kasus pada Konsumen di Kota Semarang)

Disetujui di Semarang, 7 November 2007

Pembimbing

( **Widyanto, SE, MM** )

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul :

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM  
MEMBELI DAIHATSU XENIA  
(Studi Kasus Pada Konsumen Di Kota Semarang)**

Yang Disusun Oleh :

Nama : Indra Kristianto  
NIM : 00.30.0329  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan dewan penguji dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 1 November 2007. Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

**Semarang, 7 November 2007**

Pembimbing

Koordinator Penguji

**(Widyanto, SE, MM)**

**( A. Sentot Suciarto , Ph.D)**

Dekan Fakultas Ekonomi

**( A. Sentot Suciarto , Ph.D )**

## ABSTRAKSI

Indonesia tergolong negara yang indeks aspirasi kepemilikan mobilnya tinggi, sehingga banyak perusahaan berlomba dan bersaing dalam merebut konsumen dengan menawarkan berbagai jenis merek maupun tipe kendaraan. Banyak sekali merek kendaraan yang ditawarkan, merek kendaraan roda empat yang cukup dikenal oleh banyak orang adalah Toyota, Suzuki, Nissan, Honda dan salah satunya adalah Daihatsu. Untuk memuaskan konsumennya, saat ini Daihatsu mengeluarkan kendaraan jenis Xenia yang sudah dilengkapi power steering, serta kendaraan multi guna (MPV = *multi purpose vehicle*).

PT. Astra Internasional, Jl. Majapahit 111- 117, Semarang adalah *main dealer* kendaraan roda empat merek Daihatsu Xenia yang terbesar di Semarang. Saat ini penjualan kendaraan roda empat Daihatsu Xenia selalu meningkat, hal itu disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya. Oleh karena itu, faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan Daihatsu Xenia sangat menarik untuk diteliti, karena secara rinci tidak diketahui faktor-faktor apa yang menyebabkan konsumen melakukan pembelian Daihatsu Xenia.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli mobil Daihatsu Xenia di Kota Semarang yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang membeli mobil Daihatsu Xenia di Kota Semarang dengan teknik *Quota Sampling* maka diperoleh 50 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Faktor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan pernyataan setuju dan sangat setuju terhadap ke-15 faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli Daihatsu “Xenia”, seperti : Bodi atau bentuk, Desainnya terbaru, Peredam suara dan getaran, Kekuatan dan ketangguhan mesin, rem yang digunakan sangat baik, Asesoris yang lengkap, Kabin yang luas, kerangka bodi menyerap benturan, Warna yang bervariasi, Mereknya terkenal, Harga yang terjangkau, Harga suku cadang terjangkau, Hemat bahan bakar, Harga Purna jual cukup tinggi, Promosi, Bonus, Tidak perlu inden, suku cadang mudah didapat dan tempat servis terjangkau.

Dari ke – 15 faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli Daihatsu “Xenia, ternyata dapat diringkas hanya menjadi 5 faktor dengan diberi nama sebagai berikut : Faktor 1 diberi nama **Faktor Asesoris**, Faktor 2 diberi nama **Faktor Bodi Daihatsu**, Faktor 3 diberi nama **Faktor Mudah Didapat**, Faktor 4 diberi nama **Faktor Kekuatan dan Ketangguhan Mesin** dan Faktor 5 diberi nama **Faktor Harga Suku Cadang**.

## KATA PENGANTAR

Banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli kendaraan roda empat merek “DAIHATSU” jenis Xenia. Dalam penelitian ini, faktor-faktor tersebut dianalisis melalui Analisis Faktor.

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul : “ **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMBELI DAIHATSU XENIA (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Semarang)** “. Adapun tujuan dari penulisan ini adalah guna melaksanakan skripsi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Unika Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan dalam penulisan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak berupa bimbingan dan petunjuk ataupun pemberian data-data yang berhubungan dengan skripsi ini, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam dan sebesar-besarnya kepada :

- 1 Tuhan Yang Maha Esa dan keluargaku
- 2 Bapak A. Sentot Suciarto, PHD. selaku Dekan FE Unika Semarang.
- 3 Bapak Widyanto, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan dan pengarahan serta motivasi dalam penulisan skripsi ini.
- 4 Ibu A. Posmaria Sitohang, SE, Msi dan Bapak A. Sentot Suciarto, PHD, selaku dosen penguji serta dosen – dosen yang lain.

- 5 Mama dan Eyang yang telah membantu memberi semangat dan nasehat serta doa untukku yang sangat berguna dalam hidupku, untuk Alm.Papa semoga ini bisa membuat Papa bahagia dan bangga di sana
- 6 Seluruh keluarga besarku yang telah membantu. (Mas Jarot, Mas Budi, Itok, Iwing, Lady, Jupe, dll)
- 7 Romansa Band dan Digital Satoe Production yang telah memberikan nasehat dan persaudaraan yang hebat. (Gareng, Gepy, Djumed, Johan, Bejil, Nikita, Om Ir, Yudith, Pap&Mam Djumadi, Bang Yos, kel Gurning)
- 8 Untuk semua teman-temanku Angk '00 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu terima kasih atas segala bantuan yang pernah diberikan selama ini.
- 9 Anak – anak Plepatnotu,terima kasih atas segala sindiran dan bantuannya.( Mami, Dewia, Rani, Lidut, Hani, Amoy, Iin, Baskoro, Adi, Paris, dll)
- 10 My Mini Sweety, terima kasih atas segala cinta, kesabaran dan kasih sayang
- 11 Untuk sahabatku ( Tomndut, Kurcaci, Kancil, Gepeng, Ruben, Mba Ony,dll )
- 12 Untuk semua responden
- 13 Untuk anak – anak tim basket Unika, terus jadi yang terbaik.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penyusunan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis mengharap saran dan kritik yang membangun guna penyempurnaan penulisan.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Semarang, November 2007

( **Indra Kristanto** )

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Abstraksi.....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar .....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1. Pemasaran .....	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.2. Bauran Pemasaran .....	9

2.2. Produk.....	10
2.2.1. Pengertian Produk.....	10
2.2.2. Tingkatan Produk .....	11
2.3. Harga .....	13
2.3.1. Pengertian Harga .....	13
2.3.2. Kebijakan dan Strategi Harga.....	14
2.4. Promosi.....	16
2.4.1. Pengertian Promosi.....	16
2.4.2. Tujuan Promosi .....	17
2.5. Saluran Distribusi.....	18
2.5.1. Pengertian Saluran Distribusi.....	18
2.5.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perusahaan dalam Menentukan Saluran Distribusi.....	19
2.6. Keputusan Pembelian .....	21
2.6.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	21
2.6.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	22
2.7. Kerangka Pemikiran.....	23
2.8. Definisi Operasional Variabel.....	24

### BAB III : METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian.....	27
3.2. Populasi .....	27
3.3. Sampel.....	27



3.4. Teknik Pengambilan Sampel .....	28
3.5. Jenis dan Sumber Data .....	29
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	29
3.7. Metode Analisis Data .....	34
<b>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Responden.....	36
4.2. Hasil Kuesioner.....	39
4.3. Analisis Faktor .....	45
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan .....	61
5.2. Saran.....	62

Daftar Pustaka

Lampiran

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Penyebab Konsumen Membeli Mobil .....	3
1.2. Penjualan Daihatsu Xenia Periode Oktober 2005 – Maret 2006 PT. Astra Internasional.....	4
3.1. Hasil Validitas.....	31
3.2. Hasil Reliabilitas .....	33
4.1. Jenis Kelamin Responden.....	36
4.2. Jenis Pekerjaan Responden.....	37
4.3. Status Responden .....	37
4.4. Rata-Rata Penghasilan Reponden .....	38
4.5. Rata-Rata Biaya Perawatan / Bulan .....	38
4.6. Hasil Tabulasi Kuesioner.....	39
4.7. Hasil MSA (KMO and Barlett’s Test).....	46
4.8. Tabel <i>Anti-Image</i> Correlation .....	47
4.9. <i>Communalities</i> .....	48
4.10. <i>Total Variance Explained</i> .....	51
4.11. Hasil <i>Component Matrix</i> .....	53
4.12. Hasil <i>Rotated Component Matrix</i> .....	55
4.13. Pengelompokan Faktor Setelah Rotasi Matrix.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Kerangka Pikir .....	23
4.1. <i>Scree Plot</i> .....	52

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Kuesioer
2. Hasil Kuesioner
3. Hasil Tabulasi Frekuensi Kuesioner
4. Tabel Product Moment
5. Hasil Validitas
6. Hasil Analisis Faktor
7. Identitas Responden
8. Pernyataan Keaslian Skripsi