

**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
KONSUMEN PRIA DALAM MEMBELI  
YAMAHA MIO DI SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan  
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang



Disusun oleh :

Nama : Junarto W  
NIM : 03.30.0076

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

## Halaman Motto & Persembahan

- *Jika tidak dapat menjadi orang pandai, cobalah menjadi lebih berani (E. Welly)*
- *Perbedaan antara yang mustahil dan yang tidak mustahil, terletak pada tekad seseorang (Tommy Iasorda)*
- *Serahkan hidupmu pada Tuhan dan Tuhan yang akan bertindak, rencana-Nya lebih indah dari rencanamu (Mazmur 37:5)*
- *Serahkanlah kuatirmu kepada Tuhan, maka Ia akan memelihara Engkau. Tidak untuk selamanya dibiarkanNya orang benar itu goyah (Mazmur 55: 23)*
- *Di dunia ada 2 hal yang tidak bisa dibeli, karena hanya bisa diberikan atau digunakan, yakni Cinta & Waktu (Gary Jennings)*
- *Dasar keberhasilan dimulai dari "Pikirkan, Tuliskan, Lakukan, dan Tinjau Kembali" kalau mungkin menambah kecepatan keberhasilan (Bintaro Soendjojo)*

*Dipersembahkan Untuk:*

*(Alm) Engkong Liem Biauw Tjiang*

*Papa & Mama Tersayang (Liem Tjioe Seng, Liem Yoe In)*

*Ie Maysien dan adik-adikku Maysie & May Lieng*

*N'cek Tjioe Tjwan, n'cek Tjioe Lok*

*Sylvia yang Kukasih*

*Yoppi & teman-teman yang kusayangi yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu*

*Yamaha Mio Club, Semarang*

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Junarto W

NIM : 03.30.0076

JURUSAN : MANAJEMEN

JUDUL : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN KONSUMEN PRIA DALAM MEMBELI  
YAMAHA MIO DI SEMARANG



Semarang, November 2007

Dosen Pembimbing,

(Widyanto, SE, MM)

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**SKRIPSI DENGAN JUDUL :**

**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
KONSUMEN PRIA DALAM MEMBELI YAMAHA MIO  
DI SEMARANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Junarto W

NIM : 03.30.0076

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal: November 2007

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Pembimbing,

Koordinator Penguji,

(Widyanto, SE, MM)

( )

Dekan Fakultas Ekonomi,

(Sentot Suciarto, PHD)

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

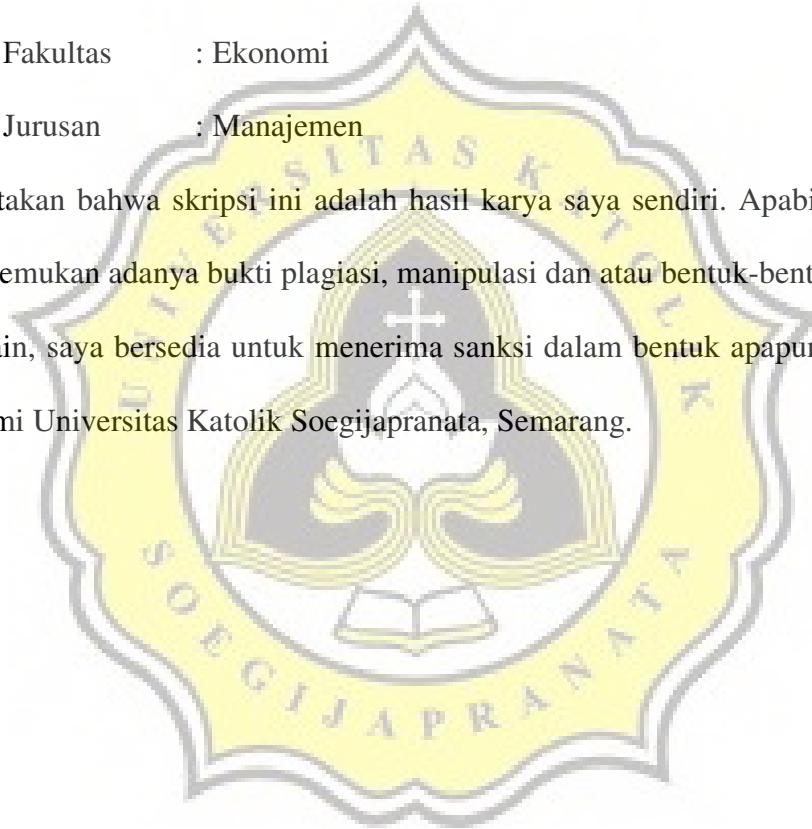
Nama : Junarto W

NIM : 03.30.0076

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.



Semarang, November 2007

(Junarto W)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan anugerah-Nya peneliti telah berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN PRIA DALAM MEMBELI YAMAHA MIO DI SEMARANG".

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam mencapai derajat Sarjana S-1 pada fakultas ekonomi, jurusan manajemen, Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Pada kesempatan yang berbahagia ini pula, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak antara lain kepada:

1. Bapak Drs. Sentot Suciarto, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata.
2. Bapak Widiyanto, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan masukan-masukan, ide-ide, pengalaman baru, dan dengan sabar memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Staff pengajar dan administrasi Unika Soegijapranata, terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya selama ini.
4. Keluargaku tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil.
5. Semua sahabatku, teman-teman satu kampus Unika Soegijapranata.

6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberi semangat dan motivasi dalam proses pengerjaan skripsi.

Akhir kata peneliti ingin menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya jika terdapat kesalahan baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi berbagai pihak yang membutuhkan.



Semarang, November 2007

Peneliti

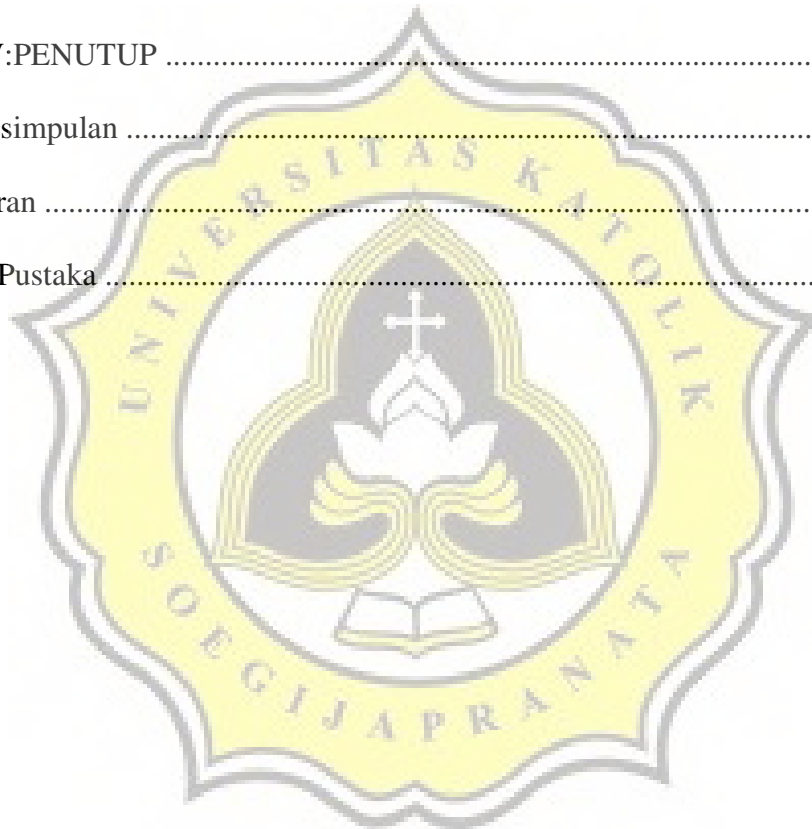
## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Motto .....	ii
Halaman Persetujuan Skripsi .....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iv
Pernyataan Keaslian Skripsi .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	viii
Daftar Gambar .....	xi
Daftar Tabel .....	xii
Abstraksi .....	xiii
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II: LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
2.1. Pengertian Pemasaran.....	10
2.2. Pengertian Pembelian.....	11



2.3. Tipe Perilaku Pembelian .....	12
2.4. Proses Pengambilan Keputusan.....	13
2.5. Peran dalam Pembelian.....	14
2.6. Perilaku Konsumen.....	15
2.7. Kerangka Pikir .....	16
2.8. Definisi Operasional .....	17
<b>BAB III: METODE PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1. Populasi dan Sampel.....	20
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	21
3.3. Skala Pengukuran Data.....	21
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5. Pengujian Instrumen Penelitian.....	22
3.5.1. Pengujian Validitas.....	22
3.5.2. Pengujian Reliabilitas.....	23
3.6. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	24
3.6.1. Hasil Pengujian Validitas.....	24
3.6.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	25
3.7. Teknik Analisis Data.....	25
<b>BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>27</b>
4.1. Gambaran Umum Responden.....	27
4.2. Analisis Faktor .....	29

4.2.1. Uji Kecukupan Sampling.....	29
4.2.2. Penentuan Jumlah Faktor.....	30
4.2.3. Pengelompokkan Variabel Dalam Faktor.....	32
4.2.4. Rotasi Faktor.....	33
4.2.5. Penamaan Faktor dan Interpretasinya.....	36
BAB V: PENUTUP .....	41
5.1. Kesimpulan .....	41
5.2. Saran .....	42
Daftar Pustaka .....	43



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Pikir.....16



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Posisi Yamaha Mio Dibandingkan Dengan Pesaingnya.....	4
Tabel 1.2. Berbagai Variabel Pertimbangan yang Mempengaruhi Konsumen Pria Membeli dan Menggunakan Yamaha Mio .....	6
Tabel 3.1. Hasil Pengujian Validitas (100 Orang Responden) .....	24
Tabel 3.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	25
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	27
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	28
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	28
Tabel 4.4. Nilai Eigenvalue, Varians dan Kumulatif Varians.....	31
Tabel 4.5. Loading Factor dan Penentuan Faktor Tanpa Rotasi.....	32
Tabel 4.6. Nilai <i>Eigenvalue</i> , Prosentase Varians dan Varians Kumulatif Setelah Rotasi Varimax.....	34
Tabel 4.7. Pengelompokan Variabel ke Dalam Faktor Setelah Rotasi .....	35
Tabel 4.8. Interpretasi Hasil Analisis Faktor .....	39

## ABSTRAKSI

Kebutuhan masyarakat akan alat transportasi semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena adanya tuntutan dari kebutuhan sehari-hari yang memang mengharuskan mereka untuk memiliki alat transportasi. Keputusan pembelian merupakan suatu fenomena yang kompleks dan dipengaruhi banyak faktor dan dipacu karena adanya kebutuhan, kendaraan bermotor atau sepeda motor di Indonesia merupakan salah satu alat transportasi yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Pada penelitian ini akan difokuskan pada alasan atau faktor yang mempengaruhi konsumen pria membeli Yamaha Mio padahal segmen pasar pertama yang dituju perusahaan saat memproduksi Yamaha Mio adalah wanita.

Perumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan: (1) Faktor-faktor apa yang mempengaruhi konsumen pria sehingga membeli dan menggunakan Yamaha Mio? (2) Faktor apakah yang dominan dalam mempengaruhi konsumen pria membeli dan menggunakan Yamaha Mio?

Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen pria dalam membeli dan menggunakan produk Yamaha Mio; (2) Untuk mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi konsumen pria membeli dan menggunakan produk Yamaha Mio.

Pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap anggota populasi menjadi sampel. Teknik sampel yang digunakan adalah dengan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini sampelnya adalah 100 orang dengan kriteria : merupakan konsumen pria yang membeli dan menggunakan Yamaha Mio.

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dengan penyebaran kuesioner. Setelah itu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dengan bantuan program SPSS dan diketahui hasilnya adalah valid dan reliabel. Maka selanjutnya adalah dilakukan analisis faktor.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen pria dalam membeli dan menggunakan Yamaha Mio adalah: Faktor Mesin Otomatis (dengan prosentase varians sebesar 20,560%); Faktor Dealernya Banyak (dengan prosentase varians sebesar 13,650%); Faktor Proses Pembelian yang Mudah (dengan prosentase varians sebesar 12,929%); Faktor Harganya Terjangkau (dengan prosentase varians sebesar 12,177%). (2) Faktor yang dominan dalam mempengaruhi konsumen pria dalam membeli dan menggunakan Yamaha Mio adalah Faktor Mesin Otomatis. Hal ini disebabkan karena konsumen pria sekarang ini memiliki

kecenderungan untuk menyukai segala hal yang praktis, dan bosan dengan sepeda motor dengan sistem lama yaitu perpindahan gigi, sehingga mereka lebih menyukai sepeda motor dengan sistem *matic* atau otomatis tanpa menggunakan perpindahan gigi.

Sedangkan saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut: (1) Karena faktor dominan menurut konsumen pria dalam membeli dan menggunakan Yamaha Mio adalah karena mesinnya yang otomatis, maka sebaiknya pihak produsen dapat mempertahankan keunggulannya ini dan semakin meningkatkan kualitas mesin *matic*-nya. Misalnya : dengan menerapkan mesin *matic* yang otomatis lebih canggih, kecepatan atau cc yang lebih besar; (2) Faktor kedua adalah karena dealernya banyak, maka pihak produsen Yamaha Mio dapat meningkatkan kualitas pelayanan dealernya, misalnya: standarisasi yang sama dengan dealer-dealer lain dan kualitas pelayanan purna jual yang lebih memuaskan konsumen; (3) Sedangkan dalam hal harga dapat dipertahankan dan lebih murah daripada pesaingnya, yaitu Honda Vario dan Suzuki Spin, sehingga dapat semakin mendorong konsumen pria untuk membeli produk Yamaha Mio.

