

Em.  
658.8342  
Set  
a  
198.

**ANALISIS BEBERAPA FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN  
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA DAN  
YAMAHA DI KELURAHAN PEKUNDEN  
KECAMATAN SEMARANG TENGAH**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang



<b>PERPUSTAKAAN</b>	
No. INV.	419 / E / C.
Th. Angg.	Cat : <b>COM98</b>
Oleh : PARAP.	WAWAN. 5 TGL. 27 Nov 1998.

NAMA : GIHARTO SETYO  
NIM : 92.30.1377  
NIRM : 92.6.111.02016.50178  
JURUSAN : MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
1998**

## MOTTO

- Tuhan tidak akan menyianyiakan orang yang percaya kepadaNya.
- Berakit-rakit ke hulu berenang-renang ketepian, bersakit-sakit dahulu bersenang-senang kemudian.



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA PENYUSUN : GIHARTO SETYO  
NOMOR INDUK MAHASISWA : 92.30.1377  
N I R M : 92.6.111.02016.50178  
FAKULTAS : EKONOMI  
JURUSAN : MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS BEBERAPA FAKTOR YANG  
BERHUBUNGAN DENGAN PEMBELIAN SEPEDA  
MOTOR MERK HONDA DAN YAMAHA DI  
KELURAHAN PEKUNDEN KECAMATAN  
SEMARANG TENGAH



Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Handwritten signature of Drs. J. Sugiarto in black ink.

(Drs. J. Sugiarto, PH, SU)

Handwritten signature of Drs. Y. Sugiharto in black ink.

(Drs. Y. Sugiharto)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS BEBERAPA FAKTOR YANG BERTHUBUNGAN DENGAN  
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MERK HONDA DAN YAMAHA DI  
KELURAHAN PEKUNDEK KECAMATAN SEMARANG TENGAH

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan para penguji  
pada tanggal Agustus 1998.

Penguji I

Penguji II

Penguji III

(Dra. Lucia Hari P, MSI) (Dra. R. Untari, MSIE) (Drs. J. Sugiharto)

Mengetahui,

Dekan

(Komala Inggarwati, SE., MM)

## A B S T R A K

Perubahan lingkungan dalam proses perkembangan suatu negara secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kehidupan tata ekonomi, cara-cara pemasaran maupun perilaku konsumen. Selera konsumen juga menunjukkan adanya perubahan, yaitu berkembang dari waktu ke waktu serta keinginan saat ini tidak sama dengan keinginan yang akan datang. Perubahan selera konsumen antara lain dapat disebabkan karena pendapatan yang secara terus-menerus bertambah, kemajuan pendidikan, perkembangan komunikasi dan transportasi serta hubungan sosial yang semakin luas. Perubahan-perubahan yang terjadi menuntut pihak manajemen pemasaran harus dapat selalu memperbaharui pengenalan terhadap konsumennya.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat akhir-akhir juga mempengaruhi hampir di segala bidang kegiatan manusia. Pengaruh konkritnya terlihat dengan adanya barang-barang yang dihasilkan dan dijual di pasar. Banyak barang menjadi cepat usang dan sulit dalam pemasarannya. Kenyataan tersebut tampak jelas bahwa kegiatan pemasaran perusahaan secara langsung terlibat dengan teknologi ini, seperti industri-industri mobil dan sepeda motor berusaha memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut dengan memproduksi dengan kualitas serta model yang lebih canggih dan menarik. Keadaan ini tentu saja membawa dampak terjadinya persaingan yang sangat tajam antar merk produk yang dihasilkan oleh masing-masing perusahaan, seperti halnya yang terjadi dalam pemasaran sepeda motor, yang mana perusahaan-perusahaan yang memproduksi jenis tersebut berusaha menarik konsumen sebanyak-banyaknya dengan berbagai kiat penjualan.

Perilaku konsumen sangat penting untuk selalu dianalisis oleh perusahaan yang memasarkan sepeda motor, agar dapat memenuhi kebutuhannya sehingga dapat meningkatkan penjualannya. Perilaku konsumen dalam membeli sepeda motor dilihat dari cara pembeliannya, dapat digolongkan sebagai golongan barang shopping, yaitu barang yang harus dibeli dengan cara mencari terlebih dahulu dan dalam membelinya harus dipertimbangkan secara masak-masak, tentu saja dalam pembeliannya konsumen akan lebih selektif dan keputusan pembeliannya akan banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Jumlah kepemilikan sepeda motor di kota madia Semarang tahun 1997 berdasarkan Laporan Biro Pusat Statistik (1998) berjumlah 67.651 buah, sedangkan kepemilikan terbanyak ada di wilayah Kecamatan Semarang Tengah (12,39%). Di wilayah kecamatan tersebut paling banyak ada di wilayah Kelurahan Pekunden (9,01%), di mana merk sepeda motor yang terbanyak adalah merk Honda (29,80%) dan Yamaha (25,44%). Hal tersebut menarik untuk diteliti, berkenaan dengan beberapa faktor yang berhubungan dengan pembelian sepeda motor merk Honda dan Yamaha di Kelurahan Pekunden Kecamatan Semarang Tengah kodia Semarang, khusus yang menyangkut faktor produk, harga, promosi dan pelayanan yang dilaksanakan. Penelitian ini juga menarik karena sampai saat ini belum pernah dilakukan penelitian tentang faktor manakah yang paling mempengaruhi pembelian sepeda motor.

Permasalahan yang diajukan dalam penelitian adalah apakah ada hubungan yang signifikan antara produk/harga/promosi/pelayanan dengan keputusan pembelian sepeda motor merk Honda dan Yamaha di Kelurahan Pekunden Kecamatan Semarang Tengah Kodia Semarang. Sedangkan tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara produk/harga/

promosi/pelayanan dengan keputusan pembelian sepeda motor merk Honda dan Yamaha di Kelurahan Pekunden Kecamatan Semarang Tengah Kodia Semarang.

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data sekunder (tentang gambaran umum Kelurahan Pekunden yang diperoleh dari Monografi kelurahan dan BPS Kodia Semarang) dan data primer (tentang beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pemilihan sepeda motor merk Honda dan Yamaha). Data tersebut dikumpulkan dengan menggunakan metode kuesioner, wawancara dan observasi. Populasi penelitian ini adalah para pemilik sepeda motor merk Honda yang berjumlah 225 dan merk Yamaha yang berjumlah 192 dengan demikian secara keseluruhan berjumlah 417 orang di Kelurahan Pekunden. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode proporsional sampling dan diambil  $\pm 25\%$ , yaitu sebanyak 100 responden).

Data primer terbukti validitas (kesahihan) dan reliabilitas (dapat dipercaya), melalui uji validitas korelasi Product Moment dan uji reliabilitas digunakan rumus Spearman-Brown. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan perhitungan perhitungan  $X^2$  (kai kuadrat/ Chi Square) dan Koefisien Kontengensi (C).

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa pada tingkat kepercayaan ( $\alpha$ )= 0,05 dan derajat kebebasan (df) = 4, adalah sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang cukup kuat antara produk dengan keputusan pembelian sepeda motor merk Honda maupun merk Yamaha, terbukti besarnya nilai chi kuadrat ( $X^2$ ) lebih tinggi dari nilai chi kuadrat yang terdapat dalam tabel distribusi probabilitas  $X^2$ .

- yaitu untuk merk Honda adalah  $12,91 > 9,49$ , dimana besarnya hubungan (C) adalah 0,43 yang berarti terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan. Sedangkan untuk merk Yamaha adalah  $11,05 > 9,49$ , dimana besarnya hubungan (C) adalah 0,44 yang berarti terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan.
2. Terdapat hubungan yang cukup kuat antara harga dengan keputusan pembelian sepeda motor merk Honda maupun merk Yamaha, terbukti besarnya nilai chi kuadrat ( $X^2$ ) lebih tinggi dari nilai chi kuadrat yang terdapat dalam tabel distribusi probabilitas  $X^2$ , yaitu untuk merk Honda adalah  $16,27 > 9,49$ , dimana besarnya hubungan (C) adalah 0,48 yang berarti terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan. Sedangkan untuk merk Yamaha adalah  $9,88 > 9,49$ , dimana besarnya hubungan (C) adalah 0,42 yang berarti terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan.
  3. Terdapat hubungan yang cukup kuat antara promosi dengan keputusan pembelian sepeda motor merk Honda maupun merk Yamaha, terbukti besarnya nilai chi kuadrat ( $X^2$ ) lebih tinggi dari nilai chi kuadrat yang terdapat dalam tabel distribusi probabilitas  $X^2$ , yaitu untuk merk Honda adalah  $11,34 > 9,49$ , dimana besarnya hubungan (C) adalah 0,41 yang berarti terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan. Sedangkan untuk merk Yamaha adalah  $9,53 > 9,49$ , dimana besarnya hubungan (C) adalah 0,41 yang berarti terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan.
  4. Terdapat hubungan yang cukup kuat antara pelayanan dengan keputusan pembelian sepeda motor merk Honda maupun merk Yamaha, terbukti besarnya nilai chi kuadrat ( $X^2$ ) lebih tinggi dari nilai chi kuadrat yang terdapat dalam tabel distribusi probabilitas  $X^2$ , yaitu untuk merk Honda adalah  $14,00 > 9,49$ , dimana

besarannya hubungan (C) adalah 0,47 yang berarti terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan. Sedangkan untuk merk Yamaha adalah  $9,88 > 9,49$ , dimana besarannya hubungan (C) adalah 0,42 yang berarti terdapat hubungan yang cukup kuat dan signifikan.

5. Konsumen di Kelurahan Pekunden kecamatan Semarang Tengah lebih memilih sepeda motor merk Honda, karena faktor harga, promosi dan pelayanan lebih menarik atau lebih menimbulkan keputusan pembelian. Sedangkan untuk merk Yamaha mempunyai keunggulan pada faktor produk.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian, dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Mengingat keputusan pembelian konsumen pada suatu motor merk Honda karena faktor harga, promosi dan pelayanan yang menarik, tetapi untuk faktor produk pada dasarnya kurang kuat maka kualitas produk sepeda motor ini perlu lebih ditingkatkan sehingga daya tahan mesinnya menjadi lebih kuat melalui inovasi dan pengembangan produk.
2. Produk sepeda motor merk Yamaha mempunyai keunggulan pada faktor produk, namun pemasarannya perlu ditunjang oleh promosi yang lebih agresif dan atraktif serta pelayanan yang baik, terutama dalam hal penyediaan suku cadangnya.

## KATA PENGANTAR

Skripsi yang berjudul "ANALISIS BEBERAPA FAKTOR YANG BERTERKAITAN DENGAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MERK HONDA DAN YAMAHA DI KELURAHAN PEKUNDEN KECAMATAN SEMARANG TENGAH", ini berhasil disusun sebagai kewajiban penulis dalam rangka menyelesaikan program Sarjana (S1), oleh karena itu pertama-tama penulis panjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya.

Penulis sangat menyadari adanya keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga memerlukan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu sudah sepantasnya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. J. Sugiarto, PH., SU selaku dosen pembimbing pertama dan Drs. Y. Sugiharto selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
2. Bapak Tri Tjahjono Buditono selaku Kepala Kelurahan Pekunden Kecamatan Semarang tengah yang telah bersedia memberikan izin penelitian dan data yang penulis perlukan.
3. Bapak/Ibu Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Soegijapranata Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.

4. Rekan-rekan mahasiswa senasib sepenanggungan, serta beberapa pihak lainnya yang telah banyak memberikan sumbangan pemikiran serta dorongan semangat bagi terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan untuk itu kritik dan saran dari pembaca akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi para pembaca.



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN MOTTO .....	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Permasalahan .....	8
1.2.1. Perumusan Masalah .....	8
1.2.2. Pembatasan Masalah .....	9
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
1.4. Sistematika Penulisan .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1. Tinjauan Teori .....	14
2.1.1. Pemasaran .....	14
2.1.2. Produk .....	17
2.1.3. Harga .....	19
2.1.4. Promosi .....	20
2.1.5. Pelayanan .....	24

2.1.6. Keputusan Pembelian .....	29
2.2. Kerangka Fikir .....	36
2.3. Hipotesis .....	37
2.4. Definisi Operasional .....	38
<b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1. Jenis dan Metode Pengumpulan Data ...	39
3.2. Populasi dan Sampel .....	40
3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	41
3.4. Teknik Analisis .....	43
3.4.1. Analisis Kualitatif .....	43
3.4.2. Analisis Kuantitatif .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1. Gambaran Umum Kelurahan Pekunden Kecamatan Semarang Tengah .....	46
4.1.1. Letak dan Luas daerah .....	46
4.1.2. Jumlah Penduduk .....	46
4.1.3. Mata Pencaharian Penduduk .....	48
4.1.4. Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan .....	49
4.2. Identitas Responden .....	50
4.2.1. Jenis Kelamin dan Merk Sepeda Motor Responden .....	50
4.2.2. Umur dan Pendidikan Responden .....	51
4.2.3. Pekerjaan dan Pendapatan Responden .....	53

4.3. Penyajian Data Tanggapan Responden ..	55
4.3.1. Tanggapan Responden Terhadap Produk .....	56
4.3.2. Tanggapan Responden Terhadap Harga .....	58
4.3.3. Tanggapan Responden Terhadap Promosi .....	59
4.3.4. Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan .....	61
4.3.5. Keputusan Pembelian Konsumen .....	62
4.4. Analisis Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	64
4.4.1. Hubungan antara Produk dengan Keputusan Pembelian Konsumen .	64
4.4.2. Hubungan antara Harga dengan Keputusan Pembelian Konsumen .	69
4.4.3. Hubungan antara Promosi dengan Keputusan Pembelian Konsumen .	73
4.4.4. Hubungan antara Pelayanan dengan Keputusan Pembelian.....	78
<b>BAB V</b> <b>PENUTUP</b> .....	<b>84</b>
5.1. Kesimpulan .....	84
5.2. Saran-Saran .....	86

DAFTAR PUSTAKA

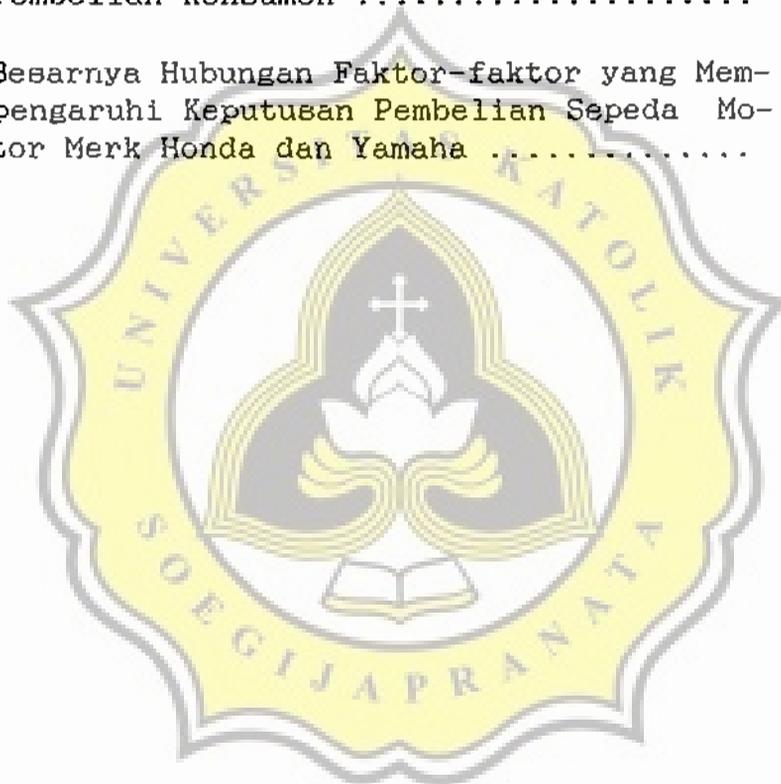
LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Sepeda Motor di Wilayah Kodia Semarang Tahun 1997 .....	4
Tabel 1.2	Jumlah Sepeda Motor di Wilayah Kecamatan Semarang Tengah Tahun 1997 .....	5
Tabel 1.3	Merk Sepeda motor di Wilayah Kelurahan Pekunden tahun 1997 .....	6
Tabel 4.1	Komposisi Penduduk Kelurahan Pekunden Kecamatan Semarang Tengah menurut Jenis Kelamin dan Umur tahun 1998 .....	47
Tabel 4.2	Komposisi Penduduk Kelurahan Pekunden Kecamatan Semarang Tengah menurut Mata Pencapaian tahun 1998 .....	48
Tabel 4.3	Komposisi Penduduk Kelurahan Pekunden Kecamatan Semarang Tengah menurut Tingkat Pendidikan tahun 1998 .....	49
Tabel 4.4	Jenis Kelamin dan merk Sepeda Motor Responden .....	50
Tabel 4.5	Umur dan pendidikan Responden Pemilik Sepeda Motor Merk Honda .....	51
Tabel 4.6	Umur dan pendidikan Responden Pemilik Sepeda Motor Merk Yamaha .....	51
Tabel 4.7	Pekerjaan dan Pendapatan Responden Pemilik Sepeda Motor Merk Honda (dalam ribuan) .....	53
Tabel 4.8	Pekerjaan dan Pendapatan Responden Pemilik Sepeda Motor Merk Yamaha (dalam ribuan) .....	53

Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Produk Sepeda Motor Merk Honda dan Yamaha .....	57
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Harga Sepeda Motor Merk Honda dan Yamaha .....	58
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Promosi Sepeda Motor Merk Honda dan Yamaha .....	60
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Saluran Distribusi Sepeda Motor Merk Honda dan Yamaha .....	61
Tabel 4.13	Distribusi Keputusan Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Honda dan Yamaha .....	63
Tabel 4.14	Tabel Silang Distribusi Frekuensi antara Tanggapan Responden terhadap Produk Sepeda Motor Merk Honda dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	65
Tabel 4.15	Tabel Silang Distribusi Frekuensi antara Tanggapan Responden terhadap Produk Sepeda Motor Merk Yamaha dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	67
Tabel 4.16	Tabel Silang Distribusi Frekuensi antara Tanggapan Responden terhadap Harga Sepeda Motor Merk Honda dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	69
Tabel 4.17	Tabel Silang Distribusi Frekuensi antara Tanggapan Responden terhadap Harga Sepeda Motor Merk Yamaha dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	71
Tabel 4.18	Tabel Silang Distribusi Frekuensi antara Tanggapan Responden terhadap Promosi Sepeda Motor Merk Honda dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	74

Tabel 4.19	Tabel Silang Distribusi Frekuensi antara Tanggapan Responden terhadap Promosi Sepeda Motor Merk Yamaha dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	76
Tabel 4.20	Tabel Silang Distribusi Frekuensi antara Tanggapan Responden terhadap Pelayanan Sepeda Motor Merk Honda dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	78
Tabel 4.21	Tabel Silang Distribusi Frekuensi antara Tanggapan Responden terhadap Pelayanan Sepeda Motor Merk Yamaha dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	80
Tabel 4.22	Besarnya Hubungan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Honda dan Yamaha .....	83



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan

Lampiran 2 : Tabulasi Data jawaban Responden

Lampiran 3 : Listing Data dan Uji Validitas Microstat

Lampiran 4 : Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 : Perhitungan Chi Square antara Produk -  
Keputusan Pembelian Sepeda Motor merk  
Honda

Lampiran 6 : Perhitungan Chi Square antara Harga -  
Keputusan Pembelian Sepeda Motor merk  
Honda

Lampiran 7 : Perhitungan Chi Square antara Promosi -  
Keputusan Pembelian Sepeda Motor merk  
Honda

Lampiran 8 : Perhitungan Chi Square antara Pelayanan-  
Keputusan Pembelian Sepeda Motor merk  
Honda

Lampiran 9 : Perhitungan Chi Square antara Produk -  
Keputusan Pembelian Sepeda Motor merk  
Yamaha

Lampiran 10 : Perhitungan Chi Square antara Harga -  
Keputusan Pembelian Sepeda Motor merk  
Yamaha

Lampiran 11 : Perhitungan Chi Square antara Promosi -  
Keputusan Pembelian Sepeda Motor merk  
Yamaha

Lampiran 12 : Perhitungan Chi Square antara Pelayanan-  
Keputusan Pembelian Sepeda Motor merk  
Yamaha

