

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI
PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM MEMBELI
MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA
DI SEMARANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai
Gelara *Kesarjanaan S-1*
Universitas Katholik Soegijapranata Semarang**



Disusun oleh :

NAMA : Y. RISAM HANDANI

NIM : 02.30.0234

**UNIVERSITAS KATHOLIK SOEGIJAPRANATA
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
SEMARANG
2008**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Y. RISAM HANDANI
NIM : 02.30.0234
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI
PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM MEMBELI
MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA DI SEMARANG.

Disetujui di Semarang, 8 Maret 2008

Pembimbing

Drs.R.BOWO HARCAHYO,MBA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
SKRIPSI DENGAN JUDUL :
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI
PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM MEMBELI MOBIL TOYOTA
KIJANG INNOVA DI SEMARANG

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Nama : Y. Risam Handani

NIM : 02.30.0234

Telah Dipertahankan Didepan Penguji Pada Tanggal 28 Maret 2008
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima Sebagai Salah Satu
Persyaratan Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Pembimbing

Koordinator Penguji

(Drs. R. Bowo Harcahyo,MBA.)

(A. Ratna Wulandari,SE. MSI.)

Dekan Fakultas Ekonomi

(A. Sentot Suciarto A. Ph.D)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Y. Risam Handani

Nim : 02.30.0234

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI
PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM MEMBELI
MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan atau bentuk kecurangan lainnya, saya bersedia menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 8 Maret 2008

(Y. Risam Handani)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- JADILAH PEMAIN DARIPADA PENONTON
- HIDUP ITU SEDERHANA, KAU MEMBUAT PILIHAN DAN
JANGAN PERNAH MENYESAL
(TOKYO DRIFT)
- MANUSIA BOLEH MERENCANAKAN SEGALA SESUATUNYA
TETAPI TUHANLAH YANG MENENTUKAN
- KETUKLAH MAKA IA AKAN MEMBUKA DAN MINTALAH
KARENA IA AKAN MEMBERI
- BE A DOWN TO EART

Kupersembahkan hasil karyaku ini kepada :

Tuhan Allah Yang Maha Esa dan Keluargaku

ABSTRAKSI

Dewasa ini dimana pertumbuhan pasar mobil semakin meningkat, dimana pada saat sekarang ini banyak produsen mobil menawarkan mobil dengan berbagai keunggulan dan variasinya. Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan produsen mobil tentunya memberikan kemudahan tersendiri bagi konsumen untuk memiliki mobil. Namun tidak lepas dari semua itu, konsumen juga mempunyai pertimbangan-pertimbangan tersendiri sebelum mereka membeli produk mobil. Seperti halnya mobil Toyota Kijang Innova, dimana berbagai kemudahan selalu ditawarkan kepada konsumen untuk memiliki mobil tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam penelitian ini mencoba untuk mengkaji faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli mobil Toyota Kijang Innova di Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli Toyota Kijang Innova di Semarang. Dengan menggunakan rumus pengambilan sampel slovin, diperoleh sampel penelitian sebanyak 87 orang. Sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis faktor.

Hasil analisis faktor dengan menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa dari 20 atribut yang diperkirakan menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli mobil Toyota Kijang Innova, ternyata setelah dilakukan analisis ada 3 atribut yang dikeluarkan dari model, yaitu atribut "harga yang terjangkau"; "ketersediaan mobil setiap saat", dan "kabin yang lapang". Dari hasil reduksi tersebut (yaitu mengeluarkan 3 atribut yang mempunyai nilai korelasi paling kecil) dapat dibentuk 6 faktor, yaitu Faktor 1, desain interior yang sesuai dengan perkembangan jaman; harga yang sesuai dengan kualitas; harga purna jual yang tinggi. Faktor 2, desain eksterior yang menarik secara umum; perlengkapan interior yang berkualitas; dan kehandalan mesin mobil. Faktor 3, Irit bahan bakar; pilihan warna yang menarik; tersedia jaminan asuransi. Faktor 4, Kapasitas penumpang yang banyak; standar keamanan penumpang yang baik. Faktor 5, Kemudahan kredit mobil; kemudahan mendapatkan suku cadang; pilihan model yang sesuai dengan kebutuhan. Dan faktor 6, Kemudahan service mobil; promosi yang menarik; tersedia jaminan garansi. Sedangkan penamaan faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut : faktor 1 diberi nama Harga; faktor 2 diberi nama Model; faktor 3 diberi nama Kehandalan produk; faktor 4 diberi nama Kenyamanan dan keamanan; faktor 5 diberi nama Layanan dan variasi produk; dan faktor 6 diberi nama Fasilitas.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Konsumen Dalam Membeli Mobil Toyota Kijang Innova di Semarang”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menempuh Ujian Akhir Program Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.

Dalam penyelesaian skripsi ini peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini perkenankanlah peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Sentot Suciarto A. Ph.D selaku dekan Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA. Selaku dosen pembimbing yang baik hati memberikan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran dan arahan hingga terselesaikan skripsi ini.
3. Ibu A.Ratna Wulandari, SE. MSI dan Ibu A. Posmaria Sitohang, SE. MSI selaku dosen penguji.
4. Ibu CH. Yekti Prawihatmi, SE. MSI selaku dosen wali.
5. Seluruh dosen beserta staf Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata
6. Keluargaku (Papa Mama dan kakak adik) atas dukungan moral dan finansial, dan memarahi untuk cepat menyelesaikan skripsi hingga membuatku tambah stress.

7. Kel besar di cinde raya 34, pak wid, Bunda, Dewi dan sobat Doni terima kasih telah menjadi keluarga kedua. Bunda dan Dewi makasi atas dukungan buat aku membuat skripsi dan dengan sabar dan ikhlas menampung pemuda-pemuda bengal dan gokil (cikung, gepeng, kampret, kirun, kitink, mbink, tsuneo, tedi dan dob).
8. Sobatku Don ceby, atas semua pengalaman-pengalaman hebat yang kita lalui semasa kuliah, termasuk waktu kita akan tidak berlebaran dan berjumpa dengan kel masing2 tapi Tuhan menyelamatkan kita, serta dengan setia membantuku membuat skripsi ini. Sekali lagi trima kasih.
9. Semua anak-anak angkatan 2002, ga ada loe ga asik.
10. Teman-teman manajemen : Arista, Emy, kembar Satrio Utomo, Stip, A'ux, Haryo, Tonjong, Yoni, Kodox, Mbahe, Erlina, Maya, Puput, Indah, Rhima, Lyla, Gusur, Doremon, Long, Iris, mba Mita, mba Vega, mba Inyet, mba Kunti, Pepenk. I'll be missing you.
11. Teman-teman akuntansi : Don rengit, Joko, Deden, Titus, Dewa, Sefi, Wulan, Nanta, Betet, Bulus, Adit, Belor, Sendok, Anggun, Fina, Citra. Thank's guys.
12. Adek-adek kelas yang telah menjadi sahabatku dan setia menemaniku di masa-masa akhir kuliah Achonk, Wahyu, Piyeng, danar dan keke.
13. UKM Olahraga dan WSM serta BEM FE yang menempa skillku.
14. Buat UNIKA FC yang membuatku tetap sehat jasmani dan rohani serta para official, pak Ferdi, pak Iman, pak Agus, mas Eko, mas Udin, pak Joko dan semua pemain Unika FC terima kasih.

15. Yang membuatku terinspirasi untuk sukses yaitu teman-teman dan klubku dalam big family Toyota Kijang Club Indonesia (TKCI).
16. Si Jupie hijau “Segara”, yang setia mengantarku kemanapun aku pergi.
17. Juga “Pelangi-pelangiku” yang telah memberi warna dan menghiasi hidupku, walaupun datang dan pergi begitu saja tapi tetap indah kok...
18. My morning dew yang secara spiritual memotivasi aku menyelesaikan skripsi ini walaupun kamu sendiri ga tau.
19. Dan yang terakhir semua pihak yang berperan langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna yang dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan memberikan tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 8 Maret 2008

Peneliti

(Y. Risam Handani)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan dan Batasan Masalah	9
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.3.1. Tujuan Penelitian	9
1.3.2. Manfaat Penelitian	9
1.4. Sistematika Penulisan	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen	12
2.1.2. Teori Perilaku Konsumen	13
2.1.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
2.1.4. Struktur Keputusan Membeli	20
2.1.5. Tipe-tipe Perilaku Keputusan Membeli	21
2.1.6. Proses Keputusan Membeli	22
2.1.7. Peran dalam Pembelian	24
2.1.8. Definisi Barang Mewah	24

2.2. Kerangka Pikir	25
2.3. Definisi Operasional	26
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Lokasi dan Obyek Penelitian	29
3.2. Populasi dan Sampel	29
3.3. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	30
3.3.1. Jenis Data	30
3.3.2. Metode Pengumpulan Data	32
3.3.3. Alat Pengumpulan Data	32
3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	32
3.4.1. Uji Validitas	32
3.4.2. Uji Reliabilitas	35
3.5. Metode Analisis Data	36
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Responden	38
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	39
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	40
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.2. Analisis Kualitatif	41
4.3. Analisis Kuantitatif	50
4.3.1. Pemilihan Atribut	50
4.3.2. Hasil Reduksi 1	53
4.3.3. Hasil Reduksi 2	56
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data penjualan mobil kelas MPV se Jawa Tengah	5
Tabel 1.2 Atribut-atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli mobil Toyota Kijang Innova	8
Tabel 3.1 Hasil uji validitas	34
Tabel 3.2 Hasil uji reliabilitas	35
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan umur	39
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	40
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	41
Tabel 4.5 Faktor-faktor yang dimungkinkan dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli Mobil Toyota Kijang Innova	42
Tabel 4.6 Tanggapan pembeli terhadap atribut mobil Toyota Kijang Innova	43
Tabel 4.6 Hasil uji <i>KMO and Bartlett's test</i>	51
Tabel 4.7 Hasil uji <i>KMO and Bartlett's test</i> hasil reduksi 1	53
Tabel 4.8 <i>Anti image matrices</i> reduksi 1	55
Tabel 4.9 Hasil uji <i>KMO and Bartlett's test</i> hasil reduksi 2	57
Tabel 4.10 <i>Anti image matrices</i> reduksi 2	57
Tabel 4.11 <i>Communalities</i>	59
Tabel 4.12 <i>Total variance explained</i>	63
Tabel 4.13 <i>Component matrix</i>	65
Tabel 4.14 <i>Rotated component matrix</i>	67
Tabel 4.15 Penamaan faktor	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model dasar studi perilaku konsumen	13
Gambar 2.2 Kerangka pikir penelitian	25
Gambar 4.1 <i>Scree plot</i>	64