

**HUBUNGAN ANTARA DASAR-DASAR DEMOGRAFIS DENGAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIC DI KELURAHAN 7 ULU PALEMBANG**

**SKRIPSI**



**Nama : Zahri Yanto**  
**NIM : 21.2011.256**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2017**

**HUBUNGAN ANTARA DASAR-DASAR DEMOGRAFIS DENGAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIC DI KELURAHAN 7 ULU PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Nama : Zahri Yanto  
NIM : 21.2011.256**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2017**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

**Nama : Zahri Yanto**

**NIM : 21.2011.256**

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya akan sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan segala konsekuensinya.

Palembang, .....20/09/.....2017



Penulis

Zahri Yanto

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : HUBUNGAN ANTARA DASAR-DASAR DEMOGRAFIS  
DENGAN KEPUTUSAN SEPEDA MOTOR MATIC DI  
KELURAHAN 7 ULU PALEMBANG

Nama : Zahri Yanto

Nim : 21.2011.256

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

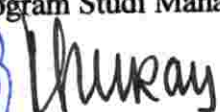
Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal 28/09/.....2017  
Pembimbing



(Dr. Diah Isnaini Asiati, SE., MM)  
NBM/NIDN: 0207046301

Mengetahui

Dekan  
u.b. Ketua Program Studi Manajemen



(Hj. Mafiah Nurrahmi, SE., M.Si)  
NBM/NIDN: 0216057001/673839

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO:

**"MAKA SESUNGGUHNÝA BERSAMA KESULITAN ADA KEMUDAHAN.  
SESUNGGUHNÝA BERSAMA KESULITAN ADA KEMUDAHAN. MAKA  
APABILA ENKKAU TELAH SELESAI (DARI SUATU URUSAN),  
TETAPLAH BEKERJA KERAS (UNTUK URUSAN YANG LAIN). DAN  
HANYA KEPADA TUHANMULAH ENKKAU BERHARAP.**

**(QS. ASÝ-SÝARH: 5-6)**

### KUPERSEMBAHKAN SKRIPSI INI UNTUK :

- ❖ **AYAH DAN IBU (ABU GINDO DAN RUMSANA)**
- ❖ **SAUDARA KAKAK KU (ZARMAWI, ZIKRO,  
ZARDINYANSYAH)**
- ❖ **SAYANGKU**
- ❖ **SAHABAT SAUDARA KU PUNCAK SURYA**
- ❖ **ALMAMATERKU**
- ❖ **MAPALA ALFEDYA**

## ABSTRAK

Zahri Yanto/212011256/ Hubungan Antara Dasar-Dasar Demografis Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Di Kelurahan 7 Ulu Palembang/ Manajemen Pemasaran.

Rumuskan masalah dalam penelitian ini ialah adakah hubungan yang signifikan antara dasar-dasar Hubungan Antara Dasar-Dasar Demografis Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Di Kelurahan 7 Ulu Palembang ? Tujuan penelitian untuk mengetahui hubungan signifikan antara dasar-dasar Hubungan Antara Dasar-Dasar Demografis Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Di Kelurahan 7 Ulu Palembang.

Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dasar-dasar segmentasi dan keputusan pembelian. Dalam penelitian digunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah (*purposive sampling*) adalah pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan syarat sampel yang diperlukan. Data penelitian merupakan data primer dengan metode pengumpulan data kuesioner. Tekni analisis yang di gunakan adalah kai kuadrat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS for windows versi 20.0 didapat hasil rekapitulasi perhitungan uji chi kuadrat. meskipun demikian kecendrungan semua kalangan dari berbagai usia dan pendapatan tampak juga lebih berminat pada sepeda motor matic sebagai produsen perlu mempertimbangkan untuk melayani semua segmen dari mempertimbangkan untuk melayani semua segmen dari berbagai jenis kelamin, usia, pendapatan dan pekerjaan dengan perbedaan yang mungkin lebih diperlukan.

Kata Kunci: dasar-dasar demografis dan keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

*Zahri Yanto / 212011256 / Relationship Between Demographic Basics With Decision to Purchase Motorcycles Matic At Kelurahan 7 Ulu Palembang / Marketing Management.*

*Define the problem in this research is is there a significant relationship between the basics Relationship Between Demographic Basics With Decision Purchase Motorcycles Matic At Kelur 7 Ulu Palembang? The purpose of the study to determine the significant relationship between the basics Relationship Between Demographic Basics With Decision Purchase Motorcycles Matic At Kelurahan 7 Ulu Palembang.*

*This type of research is associative. The variables used in this study are basics of segmentation and purchasing decisions. In the study used a sample of 100 respondents. The sampling technique used in this study is (purposive sampling) is intentional sampling in accordance with the required sample requirements. The research data is primary data with questionnaire data collection method. The analytical technique used is kai square.*

*The results showed that from the calculation results using SPSS for windows version 20.0 obtained results recapitulation calculation of chi square test. However, the tendency of all people of all ages and incomes appears to be also more interested in motorcycle matic as producers need to consider serving all segments of consideration to serve all segments of different sexes, ages, incomes and jobs with differences that may be more necessary.*

*Keywords: demographic basics and purchasing decisions.*



## PRAKATA

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Alhamdulillah dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT. Atas limpahan rahmat dan hidayah-nya kepada penulis sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Hubungan Antara Dasar-Dasar Demografis Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic di Kelurahan 7 Ulu Ualembang.” Selesaiannya penulisan skripsi ini tentu karena bantuan banyak pihak. oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada ayahanda Abu Gindo dan ibunda Rumsana. Mereka adalah orang yang telah banyak berjasa dan menyayangi penulis. *“Wahai tuhanku, ampunilah dosaku dan dosa kedua orang tuaku, dan kasihilah keduanya, sebagaimana mereka mengasihiku diwaktu kecil”*. Serta kakakku Zarmawi, Zikro Sp, Zardinyansah Am,Kep.



Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kelemahan yang terdapat di dalamnya baik isi ataupun penyajian, hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan serta informasi yang didapatkan penulis.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Abid djazuli,SE.,MM, sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H, Fauzi Ridwan.,MM, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE., M.Si, sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Diah Isnaini Asiati, SE., MM, sebagai Dosen Pembimbing penelitian yang telah mengajar, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak (Alm) Mahmud Nazari, SE.,M.P sebagai dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Keluarga besar penulis yang telah memberikan doa serta dukungannya kepada penulis selama menempuh pendidikan.
8. Keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membuat hari-hari penulis menjadi indah di bangku perkuliahan.

9. Sahabat Saudara di mapala Alfedya terima kasih atas bantuan, dukungan, dan semangatnya.

Penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang pada khususnya dan semua pihak yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang pada umumnya. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan penulisan penelitian ini. Semoga amal ibadah yang dilakukan mendapat balasan dari Allah Subhanahu wata'ala, Aamiin.

**Nasrun Minallah Wafathun Qarib,**

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Palembang 21 juni 2017

Penulis

**Zahri yanto**

## DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
HALAMAN PRAKATA .....	viii
HALAMAN DAFTAR ISI .....	xi
HALAMAN DAFTAR TABEL .....	xiii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Sebelumnya.....	8
B. Landasan Teori .....	10
1. Segmentasi.....	11
2. Penentuan Pasar Sasaran.....	18
3. Segmentasi Berdasarkan Urutan.....	21
C. Hipotesis.....	24
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	25
B. Lokasi Penelitian .....	26
C. Operasionalisasi Variabel .....	26
D. Populasi dan Sampel.....	26
E. Data yang Diperlukan .....	27
F. Metode Pengumpulan Data.....	28
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	31
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian.....	32
1. Sejarah Singkat Kelurahan 7 Ulu Palembang.....	32
2. Gambaran sepeda motor di Indonesia.....	33
3. Perkembang Sepeda Motor di Indonesia. ....	33
4. Perkembangan Sepeda Motor Matic di Indonesia. ....	37
5. Gambaran Karakteristik Responden .....	38
6. Proses Pengujian Chi Kuadrat .....	43

B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
1. Hubungan antara Jenis Kelamin dengan Jenis sepeda motor.....	52
2. Hubungan antara Usia Responden dengan Jenis sepeda motor.....	52
3. Hubungan antara pendapatan dengan jenis motor.....	52
4. Hubungan antara Status pekerjaan dengan Jenis sepeda motor.....	52

**BAB V.       SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan.....	54
B. Saran.....	54

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1	latar Belakang Masalah..... 3
Tabel I.2	Penguna Motor Matic Berdasarkan Jenis Kelamin..... 5
Tabel II.1	Variabel Segmentasi Utama pada Pasar Konsumen ..... 13
Tabel II.2	Kriteria Evaluasi Segemen Pasar..... 18
Tabel III.1	Variabel Definisi Variabel Indikator..... 25
Tabel IV.1	Hubungan Jenis Kelamin Dengan Jenis Penguna Sepeda Motor 42
Tabel IV.2	Chi Square Tests..... 43
Tabel IV.3	Hubungan Usia Dengan Jenis Penguna Sepeda Motor ..... 45
Tabel IV.4	Chi Square Tests..... 46
Tabel IV.5	Hubungan Pendapatan Dengan Jenis Penguna Sepeda Motor .... 47
Tabel IV.6	Chi Square Tests..... 48
Tabel IV.7	Hubungan Pekerjaan Dengan Jenis Penguna Sepeda Motor..... 49
Tabel IV.8	Chi Square Test..... 50
Tabel IV.9	Rangkuman Dasar-Dasar Demografis Keputusan Penguna Motor 51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Jadwal Penelitian
Lampiran 2	Kuesioner
Lampiran 3	Daftar Tabel Responden Penelitian
Lampiran 4	Hasil Out Put perhitungan Data SPSS
Lampiran 5	Tabel Chi Square
Lampiran 6	Photocopy Sertifikat LULUS Mengaji
Lampiran 7	Photocopy Sertifikat Toefl
Lampiran 8	Photocopy Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran 9	Photocopy Surat Keterangan Riset
Lampiran 10	photocopy Surat Keterangan Sudah Riset
Lampiran 11	Biodata Penulis



# BAB I

## PENDAHULUAN

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pemasaran merupakan bidang yang sangat luas untuk di kaji. Dalam sebuah organisasi, pemasaran memiliki fungsi sebagai pengarah organisasi. Lewat aktifitas pemasaran dapat diketahui banyak hal yang kemudian harus ditindak lanjuti. Setelah melakukan identifikasi terhadap kebutuhan keinginan konsumen, selanjutnya akan dikembangkan banyak kegiatan yang saling berkaitan. Fungsi produksi, akan mempersiapkan prasarana dan sarana pembuatan/pengadaan produk. Fungsi produk. Fungsi keuangan, akan memastikan ketersediaan dana dan memprediksikan perolehan penjualan.

Aktifitas tersebut berlangsung secara terus menerus dengan dinamika sesuai tuntutan pasar. Aktivitas pemasaran akan terus berlangsung, memenuhi harapan-harapan baru dengan tawaran-tawaran baru. Semakin aktif kegiatan pemasaran dilakukan akan semakin banyak bermunculan gagasan-gagasan baru, tawaran-tawaran baru, perbaikan produk yang telah ada, perbaikan beragam aktivitas pendukung (penetapan harga, pemilihan saluran, dan keputusan promosi), dan perbaikan serta adopsi strategi-strategi baru yang dinilai akan lebih menguntungkan.

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah segmentasi. Pemasaran tidak mungkin dapat melayani seluruh pasarnya, untuk dapat melakukan kegiatan pemasaran secara lebih efektif maka pemasar harus memilih dan fokus pada pasar sasaran yang dinilainya paling menguntungkan. Falsafah segmentasi adalah bahwa, setiap konsumen pada



dasarnya memiliki perbedaan dibandingkan dengan konsumen yang lain, oleh karena itu seorang pemasar tidak dapat menawarkan sebuah produknya kepada seluruh konsumen. Sebuah kelompok konsumen mungkin memiliki preferensi yang berbeda dibandingkan kelompok konsumen yang lain, sehingga pemasar harus meresponnya dengan memberikan tawaran yang berbeda.

Segmentasi pasar terdiri dari sekelompok pelanggan yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang serupa. Pemasar memiliki tugas mengidentifikasi banyak segmen dan mengevaluasi segmen manakah yang dinilai paling potensial untuk dijadikan sebagai pasar sasaran. Berdasarkan berbagai pertimbangan dan kriteria selanjutnya dipilih satu atau beberapa segmen yang diperkirakan akan paling menguntungkan. Setelah segmen dipilih bukan berarti kegiatan segmentasi selesai, pemasar selanjutnya harus mengembangkan sebuah desain diferensiasi yang mengungkinkannya memperoleh posisi menguntungkan dalam persaingan.

Prinsip segmentasi juga digunakan oleh pemasar sepeda motor. Pada umumnya motor dibedakan menjadi tiga, motor matic, motor manual/bebek, dan motor sport. Perbedaan ketiganya adalah :

**Tabel I 1**  
**Perbedaan Motor Bebek, Motor Matic Dan Motor Sport**

Aspek	Motor Bebek	Motor Matic	Motor Sport
Bodi	Standard	Lebih ringan	Besar
Tangki bensin	Dibawah jok	Dibawah jok	Didepan jok
Harga	Rp 12-17 juta	Rp 13-20 juta	Rp 20 juta ke atas
Transmisi	Manual	Otomatis	Manual
Kopling manual	Ada	Tidak ada	Ada
Rem mesin	Ada	Tidak ada	Ada
Konsumsi BBM	Lebih hemat	Lebih boros	Paling boros
Biaya perawatan	Lebih murah	Lebih mahal	Paling mahal

Sumber: <https://www.cermati.com/artikel/perbedaan-motor-matic-motor-bebek-dan-motor-sport>

Dalam beberapa tahun terakhir ini, dari semua jenis sepeda motor yang ada di Indonesia, tampaknya motor matic merupakan motor terlaris di Indonesia. Tentunya hal ini dibandingkan terbalik dibandingkan beberapa tahun silam, dimana motor bebek dan motor sport masih mendominasi penjual motor di Indonesia. Sepertinya kemudahan dalam berkendara, karena kita tidak perlu mengatur kopling ataupun perpindahan gigi transmisi. Berikut umumnya alasan orang memilih motor matic :

(<http://www.blogotive.com//2015/11/alasan-memilih-motor-matic.html>)

**a. Praktis.**

Dengan transmisi menggunakan V-belt alias otomatis, tentu pengendara sudah tidak

memikirkan persneling atau gigi apalagi kopling, berbeda dengan motor bebek atau model motor laki, kita sering menyebitnya seperti itu. Alasan praktis menjadi jawaban yang paling banyak lontarkan, pengguna motor matic cukup mengoperasikan gas dan rem sisanya penggunaan fokus kejalan.

**b. Gaya.**

Dalam mengendarai motor matic, selain sebagai sarana transportasi juga diperlukan gaya. Motor matic biasa digunakan oleh kaum hawa atau para perempuan. Meskipun pada dasarnya semua motor diperuntukan pada semua gender. Memang anggapan banyak perempuan bahkan laki-laki melihat perempuan mengendarai motor matic lebih terlihat pemimin, mengapa ? karena posisi duduknya yang terlihat sopan, tenang, dan juga menggunakan rok. Berbeda jika mengendarai motor bebek atau jenis lainnya.

**c. Bawa Muatan**

Motor matic lebih friendly jika digunakan untuk membawa muatan, terdapat banyak space longgar di bagian depan dan kebanyakan motor matic memiliki design yang sama. Jadi bila digunakan untuk membawa muatan, motor matic lebih bisa dibandingkan jenis motor bebek ataupun motor laki. Selain itu kebanyakan-kebanyakan dalam design matic terkini, bagasi memiliki ruang yang longgar sehingga menyimpan muatan lain yang sifatnya lebih rentan bila diletakan diluar.

**d. Harga Ekonomis**

Alasan terakhir adalah harganya ekonomis. Mengapa ? karena memang dengan unsur-unsur di atas para pengguna tidak perlu membeli motor dengan harga mahal seperti motor bebek 150cc misalnya, atau motor laki-laki dengan 24 jutaan, atau

motor dengan fairing yang mencapai 30 jutaan. Meskipun terdapat motor matic yang mahal namun secara umum lebih murah di bandingkan yang lain.

Berdasarkan pengamatan di lapangan, kebanyakan pemakai matic memang perempuan.

Hasil pengamatan yang di lakukan ditampilkan dalam tabel berikut :

**Tabel I 2**

**Penguna Motor Matic Berdasarkan jenis kelamin (orang)**

No	Jenis Kelamin	Matic	Manual	Jumlah
1	Perempuan	17	4	21
2	Laki-laki	15	17	32
	Jumlah	32	21	52

Sumber: Hasil Penelitian, 2016

Hasil pengamatan di atas menunjukkan bahwa, pengguna motor matic memang lebih banyak perempuan, 17 orang dari 21 orang perempuan yang masih menyukai manual. Adapun laki-laki meskipun juga menyukai motor matic (32 orang dari 52 orang) tetapi masih banyak laki-laki yang menyukai motor manual, yaitu 21 orang. Selanjutnya, ketika ditanyakan alasannya, inilah alasan orang lebih menyukai motor matic.

a. Lebih mudah dan gesit digunakan.

Kemudahan dan kegesitan yang dimaksud dapat disamakan dengan kecepatan mengubah operasi motor. Penggunaan motor matic tidak banyak menggunakan prosedur seperti motor manual misal keharusan manambah atau mengurnagi gigi terlebih dahulu sebelum manambah atau mengurnagi kecepatan. Apabila kondisi jalan mengharuskan pengendara manambah/mengurangi gigi otomatis operasi menambah/mengurangi gigi tersebut perlu dilakukan berulang kali. Hal ini tentu

mengurnagi merepotkan/menyulitkan yang otomatis mengurangi kegesitan berkendara.

b. Nyaman

kenyamanan dihubungkan dengan ketersediaan space pada motor matic untuk meletakkan barang bawaan. Terlebih apabila pengendarannya adalah perempuan. Pada umumnya perempuan membawa bermacam-macam barang bawaan (tas, bungkusan, dll) ketika berpergian, space yang dimiliki motor matic memudahkannya meletakkan barang bawaan tersebut selama perjalanan. Hal ini menambah kenyamanan berkendara.

c. Sempel dalam kemacetan

Motor matic juga lebih mudah dikendarai dalam kemacetan, terlebih saat ini banyak jalan di kota yang setiap hari mengalami kemacetan akibat semakin banyaknya jenis kendaraan yang beroperasi di jalan. Terlebih pengguna jalan pada umumnya juga terkesan tidak tertib sehingga menambah kesemrawutan lalu lintas. Dalam kondisi seperti ini pengguna motor akan terpaksa berkali-kali harus menyesuaikan gigi dan kopling. Dengan motor matic, pengendara cukup menetralkan gas bila kondisi mengharuskannya berjalan pelan atau berhenti. Cukup tangan saja yang bermani, tidak perlu tangan dan kaki.

Terhadap pengguna motor manual, ketika ditanyakan kenapa lebih menyukai motor tersebut, alasan yang muncul adalah kemudahan mengendalikan kecepatan. Pengguna motor manual menyatakan bahwa motor manual lebih mudah dalam menambah kecepatan, selain itu kecepatannya pun spontan. Memeang kelebihan motor manual adalah pada saat gas bermani besutan pertama tenaganya juga kuat.

Laki-laki yang pada umumnya menggunakan motor matic memang lebih menyukai kendaraan yang dapat melaju lebih cepat, selain itu motor manual terlihat lebih tangguh digunakan laki-laki.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, menarik melakukan kajian tentang apakah perempuan memang lebih menyukai motor matic dibandingkan laki-laki.

## **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah hubungan antara dasar-dasar demografis dengan keputusan pembelian motor matic di kelurahan 7 Ulu Palembang.

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui hubungan antara dasar-dasar demografis dengan keputusan pembelian motor matic di Kelurahan 7 Ulu Palembang.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **a. Bagi Penulis**

Penelitian dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi manajemen pemasaran.

### **b. Bagi Almamater**

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk penelitian, khususnya penelitian yang memiliki topik relatif sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- agus triyono (2009). *Analisis kepuasan konsumen atas pemakaian produk skuter matic Honda PT Astra Honda Motor Yogyakarta.*
- Anton Wahyu Wijaya (2014). *Pengaruh Harga Kualitas dan Desain Produk Sepeda Motor Yamaha Mio Terhadap kepuasan Konsumen Di Kecamatan Banyudono.*
- Fandy Tjiptono. 2016. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andi.
- Husein Umar. 2011. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen.* Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama.
- Ira Puspitawati. 2011. *Hubungan Antara Sikap Remaja Putri Terhadap Produk Multilevel Marketing Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Barang Kosmetik.*
- J. Setiadi Nugroho. 2011. *Perilaku Konsumen.* Bogor: Kencana.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2011. *Dasar-dasar Pemasaran.* Alih Bahasa Alexander Sindoro. 2008. Jakarta: Erlangga.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supono. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis.* Yogyakarta: BPFE.
- Soeratno dan Lincoln Asyad. 2008. *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis.* Yogyakarta: UMP AMP YKPN.
- Sugiyono 2014. *metode penelitian.* Bandung: CV. Alfabeta
- Wira Guna Rindriyani (2007). *Pengaruh Transaksi Biaya Promosi Terhadap Prilaku Konsumen Dalam Keputusan Memilih Motor Yang Diinginkan Konsumen.* Palembang: PT Thamrin Brothers.