PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR NIAGA RODA TIGA KAISAR DI KECAMATAN ILIR BARAT 1 PALEMBANG

Skripsi

Nama : Supitri Rizki Irawan

Nim : 212013182

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2019

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR NIAGA RODA TIGA KAISAR DI KECAMATAN ILIR BARAT 1 PALEMBANG

Skripsi

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Nama : Supitri Rizki Irawan

Nim : 212013182

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Supitri Rizki Irawan
NIM	: 212013182
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul Skripsi	: Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor Niaga Roda Tiga Kaisar Di Kecamatan Ilir Barat 1 Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebut nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 30 Maret 2019

METERAI TEMPEL 6000

Supiri Rizki Irawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	: Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor Niaga Roda Tiga Kaisar di Kecamatan Ilir Barat 1 Palembang
Nama	: Supitri Rizki Irawan
Nim	: 212013182
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program studi	: Manajemen
Mata Kuliah Pokok	: Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal,

Pembimbing I	Pembimbing II
Hj. Maftuhah Nurrahmi,S.E,M.Si	**Mardiana Puspasari,S.E,M.Si**
NIDN/NBM :0216057001/67384	**NIDN/NBM :0226107001/88813**

Mengetahui Dekan
U.b. Ketua Program Studi Manajemen

Hj. Maftuhah Nurrahmi,S.E,M.Si
NIDN/NBM :0216057001/67384

ABSTRAK

Supitri Rizki Irawan/ Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor Niaga Roda Tiga Kaisar di Kecamatan Ilir Barat I Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, adakah pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Motor Niaga Roda Tiga Kaisar Di Kecamatan Ilir Barat I Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Motor Niaga Roda Tiga Kaisar di Kecamatan Ilir Barat 1 Palembang, sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 50 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data melalui kusioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis *Kualitatif* dan *Kuantitatif*. Tehnik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda, menunjukkan ada pengaruh positif yang disebabkan variabel perilaku konsumen(budaya, sosial, kepribadian dan psikologis) terhadap keputusan pembelian, dengan persamaan regresi : $Y = 0,650 + 0,477\ X_1 + 0,169\ X_2 + 0,332\ X_3 + 0,130\ X_4$. Hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} (96,698) > F_{tabel} (2,57), artinya ada pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} (3,283) > t_{tabel} (2,014) untuk budaya, t_{hitung} (2,577) > t_{tabel} (2,014) untuk sosial, t_{hitung} (3,583) > t_{tabel} (2,014) untuk kepribadian, dan t_{hitung} (2,507) > t_{tabel} (2,014) untuk psikologis, artinya ada pengaruh perilaku konsumen secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisen determinasi menunjukkan variabel perilaku konsumen mampu berkonstribusi terhadap keputusan pembelian, sebesar 88,7%.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Supitri Rizki Irawan / 212013182/ The Influence of Consumer Behavior on the Decision of Purchasing Three-Wheeler Commercial Motors in Ilir Barat I District, Palembang.

The formulation of the problem in this study is, is there any influence of consumer behavior on the purchase decision of the Three-Wheeler Commercial Motor in the Ilir Barat I District of Palembang. The population in this study were all consumers of the Three Wheeler Commercial Motor in Ilir Barat 1 Palembang District, the sample used in the study amounted to 50 respondents, the sampling technique used Purposive Sampling. The data used is primary data. Methods of collecting data through questionnaires. Analysis of the data used is Qualitative and Quantitative analysis. The technique of analysis uses multiple linear regression. The results of multiple linear regression analysis showed that there was a positive effect caused by consumer behavior variables (cultural, social, personality and psychological) on purchasing decisions, with a regression equation: Y = 0.650 + 0.477 X1 + 0.169 X2 + 0.332 X3 + 0.130 X4. The F test results show the value of Fcount (96,698)> Ftable (2.57), meaning that there is an influence of consumer behavior on purchasing decisions. The t-test results showed tcount (3.283)> t table (2.014) for culture, tcount (2.577)> t table (2.014) for social, tcount (3.583)> t table (2.014) for personality, and tcount (2.507)> t table (2,014)) for psychology, meaning there is an influence of consumer behavior partially on purchasing decisions. The test results of determination coefficient show that consumer behavior variables are able to contribute to purchasing decisions, amounting to 88.7%.

Keywords: Consumer Behavior and Purchasing Decisions

PRAKATA

Alhamdulilahirobbilalamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan yang Maha Pengasih, Tuhan yang Maha Penyayang tetapi Tuhan yang tidak sedetik pun tidak pernah berhenti memberikan Hidayah, Karunia, dan nikmat-Nya seperti nikmat iman, ilmu, kesehatan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor Niaga Roda Tiga Kaisar di Kecamatan Ilir Barat 1 Palembang .Skripsi tersebut merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana dari pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulisan skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan bantuan baik itu Do'amaupun berupa materiil yang sangat memiliki maknam besar dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE. MSi dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E, M.Si yang telah membimbing dan memberikan pengarahan, saran, dan nasehat yang sangat berguna dalam menyelesaikan skripsi ini.Selainitu, penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Abid Djazuli SE, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak H. FauziRidwan, SE, MM selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE. MSi dan Ibu Diah Isnaini Asiati, SE, MM selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M. selaku Pembimbing Akademik.
5. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE. MSi. Dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E, M.Si selaku pembimbing usulan penelitian dan skripsi.
6. Bapak dan ibu dosen serta staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Demikianlah skripsi ini saya tulis dengan menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mohon kritik dan saran, demi penyempurnaan.Semoga bermanfaat dan menjadi pembendaharaan ilmu pengetahuan di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Palembang, Maret 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER ..... **i**

HALAMAN JUDUL ..... **ii**

HALAMAN BEBAS PLAGIAT ..... **iii**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

ABSTRAK ..... **vi**

HALAMAN PRAKATA ..... **vii**

HALAMAN DAFTAR ISI ..... **ix**

BAB I PENDAHULUAN

- **A.** Latar Belakang Masalah 1
- **B.** Rumusan Masalah 6
- **C.** Tujuan Penelitian 6
- **D.** Manfaat Penelitian 7

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KRANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

- **A.** Kajian Pustaka 8
  - **1.** Landasan Teori 8
    - **a** Pengertian Pemasaran 8
    - **b** Perilaku Konsumen 9
    - **c** Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen 10
    - **d** Bauran Pemasaran 14
    - **e** Keputusan Pembelian Konsumen 15
  - **2.** Penelitian Sebelumnya 17
- **B.** Kerangka Pemikiran 19
- **C.** Hipotesis 19

BAB III METODE PENELITIAN

- **A.** Jenis Penelitian 20
- **B.** Lokasi Penelitian 20
- **C.** Operasional Variable 21
- **D.** Populasi dan Sampel 22
- **E.** Data Yang Diperlukan 23

F. Metode Pengumpulan Data 23
G. Analisis Data dan Teknik Analisis 24

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 32
B. Pembahasan Hasil Penelitian 54

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 64
B. Saran.....65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN LAMPIR

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi Indonesia saat ini sangat berperan dengan menggeliatnya para pebisnis pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah, hal ini berdampak pada peningkatan permintaan kendaraan bermotor niaga khususnya Motor Roda Tiga. Fungsinya pun berkembang sebagai alat transportasi barang, alat distribusi, dan *mobile outlet* (gerai berjalan). Pesatnya pertumbuhan industri kendaraan niaga ini memunculkan banyak sekali merk-merk yang ditawarkan seperti TOSSA, VIAR, KAISAR, NOZOMI, JIALING, KTM dan lain sebagainya. Persaingan yang begitu ketat menjadikan setiap produsen kendaraan niaga ini terus menerus mengembangkan usahanya agar dapat memenangkan persaingan dan mampu menundukkan pesaing-pesaingnya di masa yang akan datang. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan merebut hati konsumen dan berupaya memuaskan konsumen akan hasil suatu produksi yang dijual.

Menurut Kotler dan Keller,(2009:166) Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide,atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, (2018: 112-122) Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

Faktor budaya adalah determinan dasar keinginan pada perilaku seseorang.

Faktor sosial terdiri dari beberapa kelompok yaitu, kelompok referensi, kelompok keluarga, kelompok keanggotaan, kelompok skunder.

Faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerja dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai. Karena banyak dari karakteristik ini yang mempunyai dampak yang sangat langsung terhadap perilaku konsumen.

Faktor psikologis pilihan pembelian seseorang dipengaruhi pula oleh empat faktor psikologis utama – Motivasi, persepsi, serta keyakinan dan sikap.

Dalam memahami perilaku konsumen tentu tidak mudah karena konsumen memiliki sifat-sifat yang berbeda. Perbedaan ini dipengaruhi oleh faktor individu itu sendiri dan juga oleh faktor lingkungan yang mempengaruhinya. Perbedaan inilah yang mempengaruhi minat dan perilaku konsumen didalam mengambil keputusan pemilihan terhadap produk yang dinginkan. Oleh sebab itu, untuk dapat meraih pangsa pasar para produsen harus memahami perilaku konsumen dalam hal memahami minat mereka. Pemahaman akan perilaku konsumen ini memungkinkan pemasar dapat mempengaruhi minat konsumen sehingga mau membeli apa yang di tawarkan pemasar. Selain

itu kombinasi antara kekuatan promosi dan evaluasi berkala akan memberikan dampak positif terhadap kelangsungan hidup produsen itu sendiri.

Motor niaga roda tiga KAISAR sudah menjadi pilihan para konsumen dalam mendukung wirausaha mereka. Hanya saja perilaku pembelian konsumen terhadap produk sepeda motor Roda Tiga KAISAR ditentukan oleh banyak faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.

Berikut sampel responden terhadap motor niaga roda tiga kaisar di kecamatan Ilir Barat I Palembang.

Tabel 1.1

Sampel Responden Terhadap Motor Niaga Roda Tiga Kaisar

No.	Indikator	Ya	Tidak
1	Harga motor Kaisar sesuai dengan pendapatan	11	9
2	Membeli motor Kaisar karena pengaruh keluarga	9	11
3	Membeli motor Kaisar karena pengaruh teman	5	15
4	Motivasi saya membeli motor Kaisar karena produknya yang berkualitas	8	12
5	Saya percaya daya tahan motor Kaisar	9	11
	Jumlah	42	58

Sumber: wawancara 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden terhadap motor motor niaga roda tiga kaisar masih kurang respon dari masyarakat, dikarenakan motor niaga roda tiga kaisar hanya di perlukan produsen untuk alat transportasi barang dan alat distribusi. Namun demikian bagi pemilik usaha motor niaga roda tiga sangat membantu untuk keperluan usaha mereka.

Dari sampel di atas dari beberapa indikator bahwa kelas sosial, keluarga, dan persepsi lebih banyak yang responden atau tertarik terhadap Motor Niaga Roda Tiga Kaisar dikarenakan bisa untuk alat transportasi barang dan alat distribusi, sedangkan untuk teman sangat kecil sekali responden mereka terhadap Motor Niaga Roda Tiga Kaisar dikarenakan kalangan teman tidak memerlukan Motor Niaga Kaisar Roda Tiga yang di bandingkan kelas sosial.

Keputusan pembelian Motor Niaga Roda Tiga Kaisar tidak terlepas dari beberapa faktor perilaku pembelian yang mempengaruhinya, diantaranya faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor budaya yang mendasari konsumen membeli Motor Niaga Roda Tiga Kaisar, dikarenakan Motor Niaga Roda Tiga Kaisar harganya terjangkau dan sesuai dengan pendapatan konsumen, Motor Niaga Roda Tiga Kaisar meningkatkan solidaritas terhadap teman-teman dan lingkungan, karena sering digunakan untuk membantu mengangkut barang apabila ada teman/tetangga di lingkungan sekitar yang akan pindah rumah. Selain itu Motor Niaga Roda Tiga Kaisar lebih memiliki daya tariknya tersendiri, sebab Motor Niaga Roda Tiga Kaisar dipercaya lebih gagah dibandingkan motor roda tiga lainnya.

Faktor sosial konsumen Motor Niaga Roda Tiga Kaisar juga merupakan salah satu faktor yang menyebabkan konsumen menggunakan Motor Niaga Roda Tiga Kaisar, diantaranya pengaruh keluarga memberikan dampak yang spesifik dalam memilih Motor Niaga Roda Tiga Kaisar sebagai produk motor roda tiga pilihannya, sebab untuk mengangkut banyak anggota keluarga dibutuhkan motor dengan kapasitas yang lebih besar. Selain itu kelompok pengguna Motor Niaga Roda Tiga Kaisar biasanya memiliki profesi sebagai pedagang, sehingga rata-rata pengguna Motor Niaga Roda Tiga Kaisar memiliki ciri khas pada profesi kerja yang sama.

Faktor pribadi juga merupakan bagian yang menjadi pertimbang konsumen dalam memilih Motor Niaga Roda Tiga Kaisar, karena kondisi keuangan yang memungkinkan untuk membeli Motor Niaga Roda Tiga Kaisar. Selain itu konsumen yang menggunakan Motor Niaga Roda Tiga Kaisar, cenderung sudah menjadikan Motor Niaga Roda Tiga Kaisar sebagai bagian dari gaya hidupnya, sebab sudah terikat dengan kebutuhan pemanfaatan Motor Niaga Roda Tiga Kaisar sebagai alat transportasi dan mengangkut barang sehari-hari. Serta Motor Niaga Roda Tiga Kaisar, dapat digunakan dengan bebas oleh kalangan remaja hingga dewasa, sebab Motor Niaga Roda Tiga Kaisar dapat dengan mudah dioperasikan dan stabil karena penggunaan roda tiga, sehingga usia remaja hingga dewasa tidak sulit untuk menggunakannya.

Faktor psikologis juga berperan terhadap konsumen Motor Niaga Roda Tiga Kaisar, sebab karena untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan berdagang, sehingga sangat bergantung pada Motor Niaga Roda Tiga Kaisar

sebagai alat transportasi yang mempermudah jalannya usahanya. Selain itu Motor Niaga Roda Tiga Kaisar juga sangat nyaman digunakan, sebab dalam posisi mengendarai Motor Niaga Roda Tiga Kaisar, pengendara bisa menyandarkan bahunya, pada box/kotak pengangkut di belakang posisi duduknya, dan bahkan kekokohan Motor Niaga Roda Tiga Kaisar menghindarkan pengendara dari guncangan keras saat berkendara. Serta konsumen yang lebih memilih Motor Niaga Roda Tiga Kaisar dibandingkan motor roda tiga lainnya, sebab perawatannya yang dianggap lebih mudah.

Melihat keadaan ini, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang **" PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR NIAGA RODA TIGA KAISAR DI KECAMATAN ILIR BARAT I PALEMBANG"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka dapat diidentifikasikan beberapa hal sebagai berikut :

Adakah pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Motor Niaga Roda Tiga Kaisar Di Kecamatan Ilir Barat I Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Motor Niaga Roda Tiga Kaisar di Kecamatan Ilir Barat I Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan terutama bagi manajer pemasaran dalam menetapkan kebijakan dan strategi di bidang pemasaran untuk memajukan usaha bisnis mereka.
2. Diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. (2018). *Manajemen pemasaran.* Depok: PT Rajagrafindo Persada.

Arikunto, Suharsimi (2014). *Prosedur penelitian.* Jakarta: PT Rineka Cipta.

Danang Suntoyo (2015). *Metodologi Penelitian. Bandung* : Aditama Anggota Ikapi.

Getrycia, Wanda (2009), *Jurnal STIE MDP,* Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Berisotonik Pocari Sweat, (diakses tanggal 17 September 2015) dari http://eprints.mdp.ac.id/747/1/jurnal% 202009200041%20wanda%20getrycia.pdf

Iqbal Hasan. (2012). *Pokok-Pokok Materi Statistik II (Statistik Inferensif)* Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Kotler dan Amstrong. (*2008*).*Prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta : Erlangga.*

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran.* Edisi 13, jilid 1. Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama.

Purwanto, Asih 2008, *Skripsi FE Universitas Muhammadiyah Surakarta, Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio, (diakses tanggal 18 2015)* darihttp://etd.eprints.ums.ac.id/ 1901/1/B100030179.pdf

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Administrasi* : dilengkapi dengan metode R&D. Bandung : CV. Alfabeta.

Wiratna Sujarweni (2015). *Metode Penelitian : Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.