

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
YAMAHA MIO GT DI KOTA MALANG**

SKRIPSI



**Oleh
LUTFI NUR FAUZI
NIM : 10510014**

**JURUSAN MANAJEMAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2014**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
YAMAHA MIO GT DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada:
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

**LUTFI NUR FAUZI
NIM : 10510014**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2014**

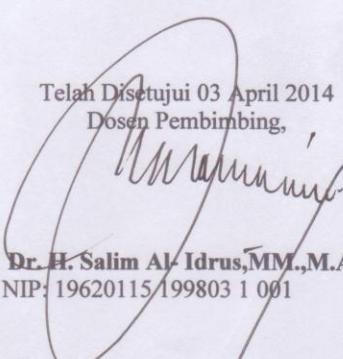
**LEMBAR PERSETUJUAN
ANALISIS PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
YAMAHA MIO GT DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Oleh

LUTFI NUR FAUZI
NIM : 10510014

Telah Disetujui 03 April 2014
Dosen Pembimbing,


Dr. H. Salim Al-Idrus, MM., M.Ag
NIP: 19620115/199803 1 001

Mengetahui :
Ketua Jurusan,



Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP: 19750707 200501 1 005

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
YAMAHA MIO GT DI KOTA MALANG

SKRIPSI

Oleh

LUTFI NUR FAUZI
NIM: 10510014

**Telah Dipertahankan di Depan Dewan Pengaji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 11 April 2014**

Susunan Dewan Penguji

1. Ketua
M. Fatkhur Rozi, SE., MM
NIP. 19760118 200901 1 003
 2. Sekretaris / Pembimbing
Dr. H. Salim Al- Idrus,MM.,M.Ag
NIP. 19620115 199803 1 001
 3. Pengudi Utama
Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag
NIP. 19711211 199903 1 003

Tanda Tangan

: (*Chaynik*)
:(
:(*Z*)



Mengetahui :
Ketua Jurusan.

Dr. H. Misbahul Munir, Lc.,M.Ei
NIP. 19750707 200501 1 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutfi Nur Fauzi

NIM : 10510014

Alamat : Ds. Purwotani, Kec. Jatiagung, Kab. Lampung Selatan

menyatakan bahwa “**SKRIPSI**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan manajemen fakultas ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO GT DI KOTA MALANG

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplicasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 14 April 2014
Hormat Saya,

Lutfi Nur Fauzi
NIM. 10510014

Ku Persembahkan Karya ini
Untuk
Bapak dan Ibu Tercinta,
Yang telah Mengasuh dan
Mendidikku
Dengan saegenap
Kesabaran, Pengorbanan,
Cucuran Keringat, Kerja
Keras, doa,
yang Mereka telah beri dan
tak harap kembali
Demi terwujudnya Cita-cita
Anaknya.

MOTTO

“Yang menghina agamamu , tidak bisa merusak agamamu.
Yang bisa merusak agamamu justru perilakumu yang
bertentangan dengan ajaran agamamu”

“Kalau anda dipuji sedangkan anda merasa tidak sepatasnya
dipuji, kenapa anda senang ? Kalau anda di cela sedangkan
anda merasa tidak sepatasnya dicela, kenapa anda marah ?”

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul”Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio GT di Kota Malang”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Raharjo, M.SI Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Bapak Dr. H Salim Al Idrus, MM., M.,Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dan selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi..
3. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI. selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri.
5. Ayah, ibu, beserta seluruh keluarga, atas do'a, semua semangat dan dukungan baik moril maupun materiil.
6. Teman-teman ekonomi 2010 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi.
7. Semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Aamiin ya Robbal 'Alamin...

Malang,15 April 2014

Lutfi Nur Fauzi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBERAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	Ix
DAFTAR TABEL.....	Xii
DAFTAR GAMBAR.....	Xiii
ABSTRAK.....	Xiv
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Konsep Pemasaran.....	9
2.3 Perilaku Konsumen.....	10
2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	17
2.5 Keputusan Pembelian.....	27
2.6 Kerangka Konseptual.....	33
2.7 Hipotesis.....	34

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Obyek Penelitian	35
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.5 Data Dan Sumber Data.....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.8 Teknik Analisis Data.....	41

BAB IV: PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Paparan Data Hasil Penelitian	48
4.1.1 Karakteristik Responen.....	48
4.2 Pembahasan Data Hasil Penelitian.....	52
4.2.1. Uji Validitas.....	52
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	53
4.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	54
4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.2.5. Pengujian Hipotesis.....	62
4.2.6. Relevansi Hasil Penelitian Dengan Teori.....	66

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dengan penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik Non – Multikolinieritas.....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Asumsi Klasik Autokorelasi.....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas.....	63
Tabel 4.9 Rekapitulasi Analisis Regresi Berganda.....	65
Tabel 4.10 Kontribusi Masing-Masing Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Teori Psikologis.....	13
Gambar 2.2 Bagan Pengambilan Keputusan Pembelian.....	30
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 01 Data Penjualan Sepeda Motor Yamaha Mio GT

bulan Februari-Desember 2013.....	80
Lampiran 02 Hasil Output Uji Validitas SPSS 16.0 for windows.....	81
Lampiran 03 Hasil Output Uji Reliabilitas SPSS 16.0 for windows.....	86
Lampiran 04 Hasil Output Uji Multikolinieritas SPSS 16.0 for windows.....	88
Lampiran 05 Hasil Output Uji Autokorelasi SPSS 16.0 for windows.....	89
Lampiran 06 Hasil Output Uji Normalitas SPSS 16.0 for windows.....	90
Lampiran 07 Hasil Output Uji Regresi Linier SPSS 16.0 for windows.....	91
Lampiran 08 Kuesioner.....	94

ABSTRAK

Lutfi Nur Fauzi, 2014 SKRIPSI. Judul “ Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio GT di Kota Malang

Pembimbing : Dr. Salim Al Idrus, MM, M.Ag

Kata Kunci ; Perilaku konsumen, keputusan pembelian.

Perkembangan industri dan teknologi membawa dampak bagi kehidupan manusia, terutama di dunia usaha pada saat ini. Pada saat ini kebutuhan akan sepeda motor dikalangan konsumen menjadi suatu hal penting bagi penunjang kegiatan yang dilakukan sehari-hari. Banyak produsen sepeda motor yang bersaing mendapatkan konsumen untuk dapat membeli produknya. Maka peneliti ingin mengulas tentang pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio GT.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara perilaku konsumen dan keputusan pembelian melalui pengujian hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan yakni (1) uji validitas dan reabilitas dari item-item kuesioner, (2) Uji regresi linier berganda (3) Uji asumsi klasik. Kemudian model regresi tersebut dilakukan pengujian hipotesis yakni secara simultan (uji F), secara parsial (uji t) dan variabel yang dominan.

Berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh bahwa secara simultan variabel perilaku konsumen mempunyai pengaruh yang cukup nyata yakni sebesar 9,221. Dan apabila dilihat dari *Adjust R square* maka variabel perilaku konsumen mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian yakni sebesar 40,9%. Sedangkan, berdasarkan uji t (secara parsial) semua variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dilihat dari koefisien regresi β maka dapat disimpulkan bahwa komponen variabel perilaku konsumen yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel kelas sosial yakni sebesar 0,321. Atas dasar hasil penelitian disarankan konsumen dalam mempergunakan produk tidak melampaui batas kewajaran, dalam Islam kita diperbolehkan menikmati benda-benda yang baik dan halal dalam kehidupan. Jadi kita diperbolehkan memanfaatkan produk, sejauh kita memanfaatkan produk secara positif.

ABSTRAK

Lutfi Nur Fauzi, 2014 Thesis. Title "Analysis of Consumer Behavior Buying Decision Against Motorcycles Yamaha Mio GT in Malang

Preceptor : Dr. Salim Al Idrus, MM, M.Ag

Keywords: Consumer behavior, purchasing decisions:

The development of industry and technology had implications for human life, especially in the business world today. At this time the need for motorcycle among consumers becomes an important thing to support activities performed daily. Many motorcycle manufacturers competing to get consumers to buy their products. The researchers wanted to review on the influence of consumer behavior on purchase decisions Yamaha Mio motorcycle GT.

This study aims to describe the relationship between consumer behavior clause and purchasing decisions through hypothesis testing. Data analysis techniques used are (1) the validity and reliability of the questionnaire items, (2) multiple linear regression (3) Test the classical assumptions. Then the regression model testing the hypothesis that simultaneous (test F), partial (t test) and the dominant variable.

Based on the hypothesis testing is obtained that simultaneously have variables influence consumer behavior which is equal to 9,221 real enough. And when seen from the R-square Adjust variable consumer behavior has an influence on the purchasing decisions of 40.9%. Meanwhile, based on t test (partially) all variables affect the purchase despair. Judging from the regression coefficients β it can be concluded that the variable component of consumer behavior that predominantly affects the purchase decision is the social class variable which is equal to 0.321. On the basis of the results of the study suggested the consumer in using the product do not exceed reasonable limits, in Islam, we are allowed to enjoy the good things in life and lawful. So we are allowed to take advantage of the product, as far as we take advantage of the product positively.

ABSTRAK

لطفي نور فوزي 2014 رسالة جامعية عنوان "تحليل سلوك المستهلك قرار الشراء ضد دراجات نارية ياماها ميو GT في مالانج"

المشرف: د. سالم الإدريس MM.Ag

الكلمات الرئيسية: سلوك المستهلك والقرارات الشرائية.

كان تطور الصناعة والتكنولوجيا أثارها على حياة الإنسان، وخصوصاً في عالم الأعمال اليوم. في هذا الوقت وال الحاجة لدرجة نارية في أوسع المستهلكين يصبح الشيء المهم لدعم الأنشطة التي تؤدي يومياً. العديد من مصنعي الدراجات النارية المتافسة للحصول على المستهلكين لشراء منتجاتها. أراد الباحثون من يكتب نصيحة على تأثير سلوك المستهلك على قرارات الشراء ياماها ميو دراجة نارية GT.

تهدف هذه الدراسة لوصف العلاقة بين سلوك المستهلك بذ السنونو والقرارات الشرائية من خلال اختبار الفرضية.

تقنيات تحليل البيانات المستخدمة هي (1) صحة وموثوقية العناصر الاستثنائية، (2) الانحدار الخطى المتعدد، (3) اختبار الفرضيات الكلاسيكية ثم اختبار نموذج الانحدار الفرضية القائلة بأن في وقت واحد (F)، جزئية بر الاختبار (ومتغير المهيمنة).

استناداً إلى اختبار فرضية أن يتم الحصول في وقت واحد ومتغيرات تؤثر على سلوك المستهلك والذي يساوي 9، 221 الحقيقي بما فيه الكافية. وعندما ينظر إليها من سلوك المستهلك المتغير R مربع ضبط لها تأثير على القرارات الشرائية لـ 40.9%. وفي الوقت نفسه، على أساس ر اختبار جريبي (عن متغيرات تؤثر على السياس الشراء. انطلاقاً من معاملات الانحدار يمكن الاستنتاج أن عنصر متغير سلوك المستهلك الذي يؤثر في الغالب قرار الشراء هو المتغير الطبقية الاجتماعية التي تساوي 0.321. على أساس نتائج الدراسة اقتربت المستهلك في استخدام المنتج لا تتجاوز الحدود المعقولة، في الإسلام، ويسمح لنا التمتع الأشياء الجيدة في الحياة والمشروعية لذلك يسمح لنا للاستفادة من المنتج، بقدر ما نحن الاستفادة من المنتج بشكل إيجابي.