

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.