

**HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MOTOR MEREK YAMAHA DI KECAMATAN TANGGULANGIN
SIDOARJO**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Wakhid Hayah Tuddin

NIM : 08410070



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2015**

**HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MOTOR MEREK YAMAHA DI KECAMATAN TANGGULANGIN
SIDOARJO**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Wakhid Hayah Tuddin

NIM : 08410070



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2015**

**HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MOTOR MEREK YAMAHA DI KECAMATAN TANGGULANGIN
SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :

**Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Psikologi (S. Psi)**

Oleh :

**Wakhid Hayah Tuddin
08410070**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2015**

**HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MOTOR MEREK YAMAHA DI KECAMATAN TANGGULANGIN
SIDOARJO**

SKRIPSI

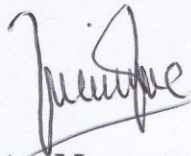
Oleh:

Wakhid Hayah Tuddin

NIM : 08410070

Telah di setujui oleh:

Dosen pembimbing



Dr. Retno Mangestuti, M.Si

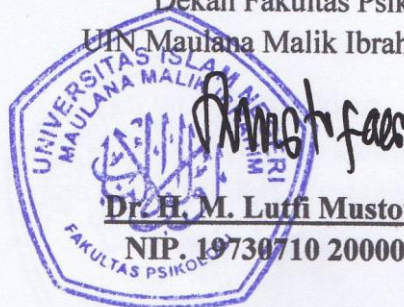
NIP. 19750220 200312 2 004

Tanggal 08 April 2015

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag

NIP. 19730710 200003 1 002

**HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MOTOR MEREK YAMAHA DI KECAMATAN TANGGULANGIN
SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh:

WAKHID HAYAH TUDDIN

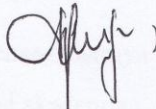
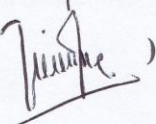
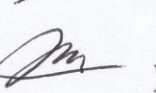
NIM : 08410070

**Telah Dipertahankan Di depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)
Tanggal 27 April 2015**

SUSUNAN DEWAN PENGUJI :

1. Ketua Penguji : Andik Rony Irawan, M. Si
NIP. 19731127 199903 1 003
2. Sekertaris/Pembimbing : Dr. Retno Mangestuti, M.Si
NIP. 19750220 200312 2 004
3. Penguji Utama : Dr. Siti Mahmudah, M.Si
NIP.19671029 199403 2 001

TANDA TANGAN

()
()
()

Mengesahkan
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag
NIP. 19730710 200003 1 002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wakhid Hayah Tuddin

NIM : 08410070

Fakultas : Psikologi

Judul Skripsi : **Hubungan Motivasi Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Produk Motor Merek Yamaha Di Kecamatan Tanggulangin Sidoarjo**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah karya saya sendiri dan bukan karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapat sanksi akademis.

Malang, 08 April 2015

Peneliti,



Wakhid Hayah Tuddin

08410070

MOTTO

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ ۗ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ هَدَىٰ اللَّهُ

وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْأَلْبَابُ ﴿١٨﴾

Yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya. mereka Itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka itulah orang-orang yang mempunyai akal.(Al Qur'an, Surat Az-zumar ayat 18)

PERSEMBAHAN

Dengan segenap jiwa, ku persembahkan karya ini untuk :

Bapak dan Ibu ku tercinta. Bapak Mat Yasin dan Ibu Sawiyati yang selalu membimbingku dan memberikanku dukungan motivasi, moril maupun materiil. Tiada seorangpun yang dapat menggantikan posisi terbaik kalian.

Istriku tersayang, Chamdiyah yang selalu setia menemaniku di saat suka maupun duka.

Anakku terkasih, Fathiyya Qotrun Nada yang selalu mememaniku dan memberikan candaan dikala aku lelah, serta menjadi penyemangat hidupku.

Terimakasih atas semua do'a, pengorbanan, kasih sayang, perhatian dan dukungan yang terus mengalir untukku. Kalian yang terbaik

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Dzat yang telah melimpahkan segala karunia-Nya kepada manusia. Dialah yang telah meninggikan langit dengan tanpa penyanggah sedikitpun dan yang telah menghamparkan bumi dengan segala kenikmatan yang terkandung didalamnya. Shalawat dan salam semoga tetap terhaturkan kepada nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat manusia. Dengan mengucap syukur Alhamdulillah saya dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi dengan judul “Hubungan Motivasi Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Produk Motor Merek Yamaha di Kecamatan Tanggulangin Sidoarjo”.

Terselesainya penelitian ini tak luput dari bimbingan serta dorongan dari para pembimbing yang dengan kesabarannya memberikan bimbingan serta motivasi pada kami, demi terwujudnya penelitian ini. Untuk itu kami ucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.
2. Dekan Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.
3. Dr. Retno Mangestuti M. Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan banyak meluangkan waktunya demi terselesainya skripsi ini.
4. Bapak dan ibu dosen, serta seluruh staf Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang. Yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat bagi kami.
5. Seluruh responden yang telah berkenan membantu memberikan informasi guna terwujudnya penelitian ini.
6. Bapak, Ibu, Istri, dan anakku serta semua keluarga besarku yang selalu memberikan do'a restu, dukungan baik moral maupun spiritual dan yang setiap waktu bersujud dan berdo'a demi kelancaran penulisan skripsi ini hingga tercapainya cita-cita penulis.

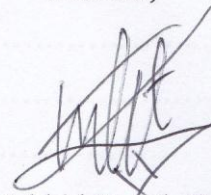
7. Dan semua pihak yang telah memberikan sumbangan baik berupa tenaga maupun pikiran yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu semoga semua bantuan dan amal baiknya mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan yang setimpal kepada beliau-beliau sesuai dengan amal yang telah diberikan kepada penulis. Tidak mengurangi rasa hormat dan dengan rendah hati penulis menyadari masih banyak kekurangan yang disebabkan terbatasnya kemampuan yang penulis miliki, atas kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan nilai guna bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin Ya Robbal'Alamin.

Malang, 08 April 2015

Peneliti,



Wakhid Hayah Tuddin

08410070

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Dan Kegunaan Penelitian.....	7

BAB II. KAJIAN TEORI

A. Motivasi Konsumen.....	8
1. Pengertian Motivasi Konsumen.....	8
2. Jenis-Jenis Motivasi.....	9
3. Teori Motivasi.....	10
4. Faktor-Faktor Motivasi Konsumen.....	14
5. Motivasi Dalam Perspektif Islam.....	17
B. Keputusan Pembelian.....	23
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2. Prilaku Pembelian.....	24
3. Proses Keputusan Pembelian.....	26

4. Faktor- Faktor Keputusan Pembelian.....	28
5. Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam.....	31
C. Hubungan Motivasi Konsumen Dengan Keputusan Pembelian.....	32
D. Hipotesis	34

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian.....	35
B. Variabel Penelitian.....	35
1. Identifikasi Variabel.....	36
2. Definisi Operasional Variabel.....	36
C. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	37
D. Data Dan Metode Pengumpulan Data.....	38
1. Jenis Data.....	38
2. Metode Pengumpulan Data.....	38
3. Instrumen Penelitian.....	40
E. Metode Analisis Data.....	42
1. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	42
a. Uji Validitas.....	42
b. Uji Reliabilitas.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	44
1. Menghitung mean hipotetik.....	45
2. Menghitung deviasi standart hipotetik.....	45
3. Mencari Kategori.....	46
4. Analisis Prosentase.....	46
5. Analisis Pengujian Hipotesis.....	46
6. Uji Normalitas.....	47
7. Uji Linieritas.....	47

BAB IV. ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	48
1. Profil Yamaha di Kota Sidoarjo.....	48
2. Gambaran Karakteristik Responden.....	51
B. Hasil Penelitian.....	53
1. Hasil Uji Asumsi.....	53
a. Hasil Uji Linearitas.....	53
b. Hasil Uji Normalitas.....	55
2. Hasil Uji Deskriptif.....	56
a. Motivasi Konsumen.....	56
b. Keputusan Pembelian.....	60
3. Hasil Uji Hipotesis.....	64
C. Pembahasan.....	65

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1	Kategorisasi angket.....	39
TABEL 3.2	<i>Blueprint</i> skala motivasi konsumen.....	41
TABEL 3.3	<i>Blueprint</i> skala keputusan pembelian.....	41
TABEL 4.1	Dealer-dealer Yamaha di Kabupaten Sidoarjo.....	48
TABEL 4.2	Jenis kelamin responden.....	51
TABEL 4.3	Usia Responden.....	52
TABEL 4.4	Pekerjaan Responden.....	53
TABEL 4.5	Anova.....	54
TABEL 4.6	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i> Test Motivasi Konsumen.....	55
TABEL 4.7	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i> Test Keputusan Pembelian.....	56
TABEL 4.8	Deskripsi Statistik Motivasi Konsumen.....	57
TABEL 4.9	Standart Pembagian Kategorisasi.....	58
TABEL 4.10	Distribusi tingkat Motivasi Konsumen.....	60
TABEL 4.11	Standart Pembagian Kategorisasi.....	62
TABEL 4.12	Distribusi tingkat Keputusan Pembelian.....	63
TABEL 4.13	<i>Correlations</i> Antara Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian.....	64
TABEL 4.14	Hasil Korelasi Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian motor Yamaha.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Angket Motivasi Konsumen
- Lampiran 2 : Angket Keputusan Pembelian
- Lampiran 3 : Skor / Tabulasi Motivasi Konsumen
- Lampiran 4 : Skor / Tabulasi Keputusan Pembelian
- Lampiran 5 : Validitas dan Reliabilitas Motivasi Konsumen
- Lampiran 6 : Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian
- Lampiran 7 : Uji Normalitas
- Lampiran 8 : Uji linieritas
- Lampiran 9 : Uji Korelasi
- Lampiran 10 : Surat Bukti Penelitian
- Lampiran 11 : Bukti Konsultasi

ABSTRAK

Hayah Tuddin, Wakhid. 2015. Hubungan Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian Produk Motor Merek Yamaha di Kecamatan Tanggulangin (Sidoarjo). Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing : Dr. Retno Mangestuti, M.Si

Kata Kunci : Motivasi Konsumen, Keputusan Pembelian, Produk Motor Merek Yamaha

Motivasi konsumen adalah salah satu faktor psikologis penyebab terjadinya suatu keputusan pembelian. Fenomena yang muncul saat ini adalah banyaknya penggunaan motor. Semakin banyaknya jenis motor yang ada maka perusahaan motor harus mampu bersaing bagaimana menciptakan inovasi baru yang dapat memberikan kepuasan bagi pengguna motor itu sendiri. Oleh sebab itu, perusahaan motor tersebut juga harus memberikan keunggulan-keunggulan pada produknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan motivasi konsumen dengan keputusan pembelian pengguna motor merek Yamaha pada masyarakat Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian dilakukan pada pembeli produk motor merek Yamaha di kecamatan tanggulangin, sidoarjo. Dengan jumlah sampel pada subjek penelitian adalah sebanyak 144 responden.

Hasil penelitian diketahui bahwa motivasi konsumen berada di tingkat yang tinggi dengan prosentase 97%, sedangkan keputusan pembelian berada pada kategori tinggi juga dengan prosentase 99%. Berdasarkan *output software SPSS 17.0*, diperoleh hasil bahwa antara motivasi konsumen dengan keputusan pembelian pengguna motoe merek Yamaha terjadi korelasi yang signifikan $r_{xy} = 0,932$; $\text{sig} = 0.000 < 0,05$. Dengan kata lain, semakin tinggi motivasi konsumen maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian terhadap produk merek tersebut.

ABSTRACT

Hayah Tuddin, Wakhid. 2015. The Relation of Consumers Motivation and Purchasing Decision of “Yamaha” Motorcycle Brand, in Tanggulangin District (Sidoarjo). Faculty of Psychology. Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang.

Advisor: Dr. Retno Mangestuti, M.Si

Keywords: Consumer’s Motivation, Purchasing Decision, “Yamaha” Motorcycle Brand

Consumers motivation is one of the psychological factors that trigger a purchasing decision. A phenomenon that recently arises is the use of motorcycle. A growing variety of motorcycle encourages motorcycle companies to be able to compete in creating new innovations that can provide satisfaction to motorcycle users. Therefore, the motorcycle company must also incorporate excellence in its products.

This study aims to determine the relation of consumers motivation and the purchasing decisions of “Yamaha” motorcycles brand users among the society of Tanggulangin District, Sidoarjo.

This study employs quantitative methods. The study is conducted on the buyers of “Yamaha” motorcycles brand in Tanggulangin district, Sidoarjo. The number of samples are 144 respondents.

The result of the study reveals that the consumers motivation and purchasing decision are classified into the high category with the percentage of, respectively, 97% and 99%. Based on the output of SPSS 17.0 software, there is a significant correlation of $r_{xy} = 0.932$; $\text{sig} = 0.000 < 0.05$ between the consumers motivation and purchasing decisions of “Yamaha” Motorcycle brand. In other words, if the consumers motivation is higher, the level of the purchasing decisions towards the brand also becomes higher.

مستخلص البحث

حياة الدين، واحد. 2015. علاقة دافعية للمستهلكين وقراراتهم لشراء جواله ياماها في منطقة تانجولانجين سيدوارجو. كلية علم النفس. جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية بمالانق.

المشرفة: د. رتنوا مانجيسوتوتي الماجستير

الكلمة الرئيسية: دافع المستهلكين، قرارات الشراء، منتج الجواله ياماها.

يكون دافع المستهلكين من أحد العوامل النفسية الذي يؤثر على قرارات شرائهم. فاليوم، تبدو ظاهرة بأن هناك كثير من الناس يستخدمون الدراجة النارية. وزيادة الجواله المتعددة تشجع الشركة أن تكون قادرة على المنافسة لابتكارات التي يمكن أن تعطي الارتياح للمستخدمين بها. لذلك، ينبغي على شركة الجواله أن تعطي التفوقات في منتجها.

تهدف هذه الدراسة لمعرفة العلاقة بين دافع المستهلكين وقراراتهم لشراء الجواله "ياماها" في منطقة تانجولانجين سيدوارجو.

تستخدم هذه الدراسة طريقة كمية. فالدراسة عملها الباحث على مشتري الجواله "ياماها" في منطقة تانجولانجين سيدوارجو.

علما من نتائج الدراسة أن دافع المستهلكين يقع في درجة عالية يعنى 97%، أما قراراتهم لشراء الجواله تقع في درجة عالية ويعنى 99%. أساسا على SPSS 17.0، بأن هناك علاقة عميقة بين دافع المستهلكين وقراراتهم لشراء الجواله "ياماها" هناك ويعنى $0,05 < sig = 0,932; r_{xy} = 0,932$. بكلام آخر إن كان دافع المستهلكين عاليا فكانت درجة قراراتهم للشراء عالية.