

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

WAKHID HAYAH TUDDIN

08410070

Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim  
Malang

**ABSTRAK**

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.

## PENDAHULUAN

Memasuki era globalisasi pada saat ini, dimana arus teknologi pada sarana transportasi yang masuk di negara kita semakin terasa kemajuannya. Meningkatnya laju pembangunan di negara kita mengakibatkan aktivitas usaha semakin hari semakin terasa kemajuannya. Begitupun dengan aktivitas perorangan pada negara kita yang semakin sibuk mengejar waktu. Oleh sebab itu, teknologi pada sarana transportasi berkembang semakin pesat sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya. Peradaban modern merambah ke seluruh pelosok negara dan tuntutan zaman serta kehidupan masyarakat yang semakin maju dengan segala kebutuhan dan kesibukan yang ada. Begitupun dari segi perubahan pandangan hidup, gaya hidup dan nilai-nilai yang dianut pada setiap individu.

Banyak perusahaan yang berorientasi pada sarana transportasi tersebut. Salah satunya adalah perusahaan motor. Saat ini motor adalah sarana transportasi yang mudah, praktis dan efisien dalam menghubungkan jarak satu tempat dengan tempat lainnya yang disesuaikan dengan lamanya waktu yang ditempuh. Agar

setiap individu dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai suatu tempat yang dituju dengan cepat.

Bagi penduduk kota Sidoarjo produk motor sudah bukan merupakan barang baru karena produk ini sudah lama hadir dan setiap individu sudah memiliki dan menggunakan jasanya. Berbagai jenis merek dan desain motor serta keunggulan-keunggulannya yang terdapat di pasaran akan mengakibatkan kebingungan bagi para konsumen untuk memilih jenis produk motor apa yang akan mereka pilih. Tentunya sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

Semakin banyaknya jenis motor yang ada maka perusahaan motor harus mampu bersaing bagaimana menciptakan sebuah inovasi baru yang dapat memberikan kepuasan bagi pemakai motor itu sendiri baik dari segi pengoperasian, kualitas, dan desain sehingga dengan demikian konsumen dapat menentukan pilihannya yang tepat. Oleh sebab itu, perusahaan motor tersebut juga harus memberikan keunggulan-keunggulan pada produknya. Pada era globalisasi ini banyak sekali jenis motor yang beredar di pasaran. Mulai dari produk lokal sampai produk luar. Mulai dari motor yang merknya sudah ada pada zaman dulu sampai merek motor baru yang belum pernah dikenal masyarakat. Misalnya saja motor yang merknya sudah ada lama seperti Yamaha, Honda, Suzuki. Merk ini tentunya sudah dikenal banyak orang dengan persepsi berbeda-beda menurut pandangan tiap individu. Misalnya saja pandangan kalau merk-merk tersebut tahan lama pemakaiannya, irit dan bagus. Namun pada saat ini telah banyak beredar merk motor Cina. Merek tersebut juga menawarkan keunggulan-keunggulan seperti motor lama. Merek-merek motor tersebut bersaing guna

meningkatkan daya tarik konsumen. Mulai dari desainnya yang unik dengan warna-warna yang menarik. Begitupun dengan pengoperasiannya yang di sesuaikan dengan kantong masyarakat. Bahkan pembeliannya juga dipermudah mulai dari cash sampai kredit.

Motor Yamaha termasuk salah satu jenis motor yang kini banyak diburu oleh konsumen. Hal ini terkait dengan citra motor ini yang semakin membaik di kalangan masyarakat. Hal ini didukung dengan iklan yang menyuguhkan beberapa kecanggihan yang dimiliki motor Yamaha ini. Selain melalui iklan, salah satu penyebab larisnya motor Yamaha di tengah masyarakat adalah produksi motor Yamaha yang dinilai mampu memenuhi selera kalangan muda. Motor produksi Yamaha selalu dibuat dengan penampilan yang mengesankan, futuristik sehingga tidak terlihat ketinggalan jaman. (lifestyle.kompasiana.com, 05:2014)

Konsumen dalam membuat keputusan pembelian cenderung membutuhkan banyak pertimbangan karena konsumen ingin mengambil keputusan yang tepat dalam pembelianya, terutama dalam hal pembelian sepeda motor yang membutuhkan uang relatif banyak. Berdasarkan dunia pemasaran, konsumen yang merasa kecewa dengan pembelian yang dilakukan sangatlah merugikan, karena konsumen yang kecewa akan melakukan beberapa tindakan: (1) diam dan kesal dan menyampaikan kekecewaanya kepada temannya, (2) berkirim surat ke tempat pembelian atau mendatangi toko untuk mengeluh dan minta ganti rugi, (3) berkirim surat dan mengeluh kepada surat kabar atau majalah, atau mengeluh kepada lembaga perlindungan konsumen (Sumarwan, 2002).

## METODE PENELITIAN

- Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan variabel bebas (x) adalah motivasi konsumen dan variabel terikatnya (y) adalah keputusan pembelian

- Tempat, dan Subjek Penelitian

Penelitian ini bertempat di kecamatan tanggulangin, sidoarjo, dan subjek penelitiannya adalah pengguna produk motor merek Yamaha.

- Instrument Penelitian

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah angket.

- a. Angket motivasi konsumen

Angket motivasi konsumen dalam penelitian ini menggunakan teori Engel, Blackwell dan Miniard (1994) dengan sub variabel antara lain produk, harga, pelayanan, dan lokasi.

- b. Angket keputusan pembelian

Angket keputusan pembelian dalam penelitian ini menggunakan teori Phillip Kotler (2003) dengan sub variabel antara lain pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

## HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian yang dilakukan pada tanggal 1-19 Maret 2015 yang bertempat di kecamatan Tanggulangin ditunjukkan kepada responden yang menggunakan sepeda motor merek Yamaha dalam kehidupan sehari-hari.

### a. Motivasi Konsumen

Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui bahwa tingkat motivasi konsumen berada dalam kategori tinggi dengan tingkat prosentase sebesar 97 % dengan jumlah responden 140 dari 144 responden yang ada. Sedangkan responden yang memiliki tingkat motivasi konsumen yang sedang sejumlah 3 % dengan jumlah 4 responden dari 144 responden yang ada, dan konsumen yang memiliki tingkat motivasi konsumen yang rendah sebesar 0 % atau tidak ada responden dalam tingkat ini. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa konsumen Sepeda motor merek Yamaha di kecamatan tanggulangin Sidoarjo memiliki tingkat motivasi konsumen yang tinggi.

### b. Keputusan Pembelian

Tingkat keputusan pembelian dapat diketahui dari hasil penelitian yang telah dilakukan kepada konsumen sepeda motor merek Yamaha di Kecamatan Tanggulangin kepada 144 responden, dapat diketahui 142 orang dalam kategori tinggi dengan prosentase 99 %, 2 orang dalam kategori sedang dengan prosentase 1%, dan dalam kategori rendah adalah 0 atau dengan prosentase 0%. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa

konsumen sepeda motor merek Yamaha di Kecamatan Tanggulangin Sidoarjo memiliki tingkat keputusan pembelian yang tinggi.

c. Hubungan Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian

Hasil analisis korelasi yang digunakan untuk menguji hipotesis diperoleh  $r_{xy}$  0,932 dengan taraf signifikansi 0,000 dengan besarnya sampel 144 subjek. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara motivasi konsumen dengan keputusan pembelian pada produk motor merek Yamaha di kecamatan tanggulangin sidoarjo dengan  $\alpha < 0.05$  dapat dijelaskan dengan ( $r_{xy} = 0,932$ ;  $\text{sig} = 0.000$  dan  $\alpha < 0.05$ ). Hipotesis dalam penelitian ini adalah dapat diterima karena terdapat hubungan yang sangat positif antara motivasi konsumen (x) dengan keputusan pembelian (y) pengguna motor merek Yamaha.

## Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Assael, Henry, 1998. *Consumer Behavior and Marketing Action*. edisi 6. Cengage Learning.
- Azwar, S. 1995. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Azwar, S. 2004. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif* . Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Departemen Agama RI. 2008. *Al Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Engel, James, F, Roger D.Blackwell, dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hasan, Iqbal, M, 2002. *Metode Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor Selatan: PT Ghalia Indonesia.
- Hadi, S. 2000. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Handoko, Hani. 2001. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi Ketujuh. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Ibrahim, El-Fiky. 2011. *10 Keys To Ultimate Succses*, Terj. Bagus Dewanto, Jakarta: Tugu Publisher.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Tim Pustaka Phoenix
- Kerlinger. 1992. *Asas-asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: UGM Perss.
- Kotler, Phillip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium, Jilid Idan II. Jakarta: Prenhalinndo
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi dan Analisis data Sekunder)*. Kelapa Gading Permai, Jakarta: PT Raja grafindo Persada.



- Marwan, A. 1986. *Marketing*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Muhammad. 2008. *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Pendekatan Kuantitatif)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Malhotra, N. K. 2006. *Riset Pemasaran*. Pendekatan terapan jilid 1 & 2 (2th ed.). Jakarta: Indeks.
- Priyanto, Dwi. 2011. *Analisis Statistik Data*. Yogyakarta: Media com
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terj. Zainal Arifin, Dahlia Husin, Jakarta: Gema Insani.
- Rahman, Afzalur. 1995. *Doktrin Ekonomi Islam. Jilid 1*. Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf.
- Ramayulis. 2004. *Psikologi Agama*, Jakarta: Kalam Mulia.
- Romli, Mustofa. 2012. *Sepak Bola Kehidupan*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sholihin, Abu Izudin. 2006. *Zero To Hero*, Yogyakarta: Pro-U Media.
- Sani, Achmad, S. Machfudz, Masyhuri. 2010. *Metodologi Riset Manajemen Sumberdaya Manusia*, UIN-MALIKI PRESS, Malang.
- Singarimbun, Masri dan Efendi, Sofian, 1995. *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: LP3ES.
- Singarimbun Masri, Efendi. 1989. *Metodologi Penelitian Survey*. Jakarta: New Aqua Press
- Schiffman, Leon G. dan Lesli Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*, 7<sup>th</sup> Edition. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sigit, Soehardi. 2002. *Pemasaran Praktis*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE.
- Sofjan A. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.

Wahyuni, Dewi Urip, 2008, Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” di kawasan Surabaya Barat, *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.10 No.1, Maret 2008. Surabaya

Wahana Komputer, Tim Penelitian dan Pengembangan. 2003. *Pengolahan Data Statistika dengan SPSS 11.5*. Jakarta: Salemba Infotek

<http://najmudincianjur.blogspot.com/2009/11/motivasi-dalam-islam.html>

<http://lifestyle-kompasiana.com/berkendara-hemat-efisien-dan-ramah-lingkungan-ala-yamaha>

<http://autoblogindonesia.wordpress.com/tag/data-aisi>

[http://m.yamaha-motor.co.id/nc/dealer-network\(Kab-Sidoarjo\)](http://m.yamaha-motor.co.id/nc/dealer-network(Kab-Sidoarjo))

