

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA
DI KOTA MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Strata 1



Disusun oleh:

**Nama : Agus Cosmeadi Mendonsa
NIM : 51411401**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN
2016**

Skripsi berjudul

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA
DI KOTA MADIUN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Agus Cosmeadi Mendonsa (51411401)

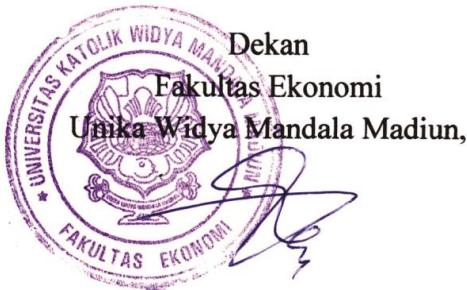
Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Madiun, 19 Januari 2016
Disetujui dan diterima baik oleh:
Pembimbing,



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.

Mengetahui,



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.

Skripsi berjudul

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA
DI KOTA MADIUN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Agus Cosmeadi Mendonsa (51411401)

Telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Madiun, 19 Januari 2016

Tim Pengaji Skripsi

1. Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.

()

2. Vivi Ariyani, S.E., M.Sc.

()

3. Ardianus Laurens Paulus, S.E., M.Sc.

()

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul: **Analisis Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kota Madiun** tidak memuat karya orang lain atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah.

Jikalau ternyata terbukti hasil jiplakan, dengan sendirinya skripsi saya batal, dan saya bersedia gelar kesarjanaan saya dicabut dan hak saya sebagai mahasiswa ditiadakan.

Madiun, 07 Januari 2016



Agus Cosmeadi Mendonsa

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jangan seorangpun menganggap engkau rendah karena engkau muda. Jadilah teladan bagi orang-orang percaya, dalam perkataanmu, dalam tingkah lakumu, dalam kesetiaanmu dan dalam kesucianmu. 1 Timotius 4 : 12

Kebijaksanaan akan memelihara engkau, kepandaian akan menjaga engkau.

Amsal 2 : 11

Dengarkanlah nasihat dan terimalah didikan, supaya engkau menjadi bijak di masa depan. Amsal 19 : 20

Kupersembahkan karya ini untuk:

- ♥ Tuhan Yesus Kristus
- ♥ Pai tercinta Kosme Mendonsa
- ♥ Mai tercinta Wiwik Purwaningsih
- ♥ Adikku tercinta Aris Cosmeardi M.
- ♥ Kekasihku Amelia Novitasari Santoso
- ♥ Sahabat – sahabatku terkasih
- ♥ Almamater yang kubanggakan Unika Widya Mandala Madiun
- ♥ Dealer Yamaha Kota Madiun

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor psikologis konsumen yang meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap konsumen secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Kota Madiun. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha dengan kurun waktu pembelian 2 tahun terakhir pada Dealer Cahya Motor dan Dealer Solo Motor. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan *quota sampling*.

Hasil analisis data menunjukkan faktor psikologis konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Kota Madiun. Motivasi konsumen dan persepsi konsumen secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan pembelajaran konsumen dan sikap konsumen secara parsial berpengaruh signifikan dengan arah hubungan positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Kota Madiun.

Kata kunci: Psikologis Konsumen, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas Cinta dan Kasih Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan pembuatan dan penulisan laporan skripsi ini. Skripsi ini berjudul **Analisis Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kota Madiun**. Penulisan laporan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Madiun. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, hambatan dan tantangan namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkat kasih karunia Tuhan sehingga kendala, hambatan dan tantangan yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut:

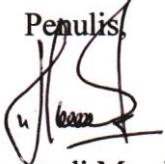
1. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar, teliti dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, semangat, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
2. Ibu Vivi Ariyani, S.E., M.Sc. selaku dosen wali yang telah rela dan sabar membimbing, menasehat dan memotivasi selama masa perkuliahan.
3. Bapak Ardianus Laurens Paulus, S.E., M.Sc. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran pada penyusunan skripsi.

4. Ibu Vero, Ibu Dwi, Ibu Theresia, Ibu Rustiyaningsih, Bapak Eko, Bapak Hardi, Bapak Haris, Bapak Suwardo dan tidak terlupakan Bapak Soni selaku dosen yang telah membagikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya selama perkuliahan sehingga menjadi bekal bagi penulis untuk menyusun skripsi.
5. Seluruh karyawan petugas perpustakaan yang telah membantu meluangkan waktu mencari *literature-literature* manajemen di rak-rak perpustakaan dan dengan ikhlas meminjamkan kartu perpustakaan beliau kepada saya dan Mas Anton selaku TU Manajemen atas pelayanannya yang sangat baik selama ini.
6. Pimpinan serta segenap karyawan Dealer Cahya Yamaha Madiun dan Dealer Solo Motor Madiun yang telah memberikan ijin dan memberikan bantuan dalam pelaksanaan penelitian.
7. Konsumen sepeda motor Yamaha berdomisili di Kota Madiun yang bersedia meluangkan waktunya mengisi kuesioner sehingga membantu penelitian skripsi ini dengan baik.
8. Pimpinan serta rekan kerja CV. Prakasa Jaya dan PT. Jaya Perkasa yang memberikan ijin, dukungan, motivasi dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Pai Kosme, Mai Wiwik, Dek Aris, Kekasihku Amelia dan keluargaku tercinta yang dengan sabar dan tulus selalu mendoakan, memberi dukungan, dan memotivasi sehingga saya sukses dalam pekerjaan dan perkuliahan hingga akhirnya saya bisa meraih gelar sarjana ekonomi.

10. Sahabat-sahabatku Febe, Desi, Nina, Oryza, Dinda, Martin, ko Rudi, Fichen, mas Rahmat, Purwanto, Ratih, yang telah banyak membantu, mendukung, dan memotivasi penulis selama ini.
11. Rekan-rekan mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengalaman dan pengetahuan kepada penulis selama dalam mengikuti perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan pada penulisan skripsi ini, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Madiun, 19 Januari 2016

Penulis,

Agus Cosmeadi Mendonsa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Pemasaran	9
a. Pengertian Pemasaran	9
b. Konsep Pemasaran	9
2. Perilaku Konsumen.....	10
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	10
b. Model Perilaku Konsumen.....	11
3. Faktor- Faktor Perilaku Konsumen	12
a. Faktor Budaya.....	12
b. Faktor Sosial	13
c. Faktor Pribadi.....	13
d. Faktor Psikologis.....	14
1) Motivasi Konsumen	14
2) Persepsi Konsumen	16
3) Pembelajaran Konsumen.....	19
4) Sikap Konsumen	22
4. Keputusan Pembelian.....	24
B. Pengembangan Hipotesis.....	29
1. Pengaruh Faktor Psikologis secara simultan terhadap Keputusan Pembelian	29
2. Pengaruh Faktor Psikologis secara parsial terhadap Keputusan Pembelian ...	30
a. Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	30
b. Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	32
c. Pengaruh Pembelajaran Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	33
d. Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	34

3. Kerangka Konseptual	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Desain Penelitian	37
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	37
1. Populasi	37
2. Sampel	38
3. Teknik Pengambilan Sampel	38
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	40
1. Variabel Penelitian.....	40
2. Definisi Operasional Variabel	40
D. Lokasi dan Waktu Penelitian	42
E. Data dan Prosedur Pengumpulan Data	43
1. Jenis dan Sumber Data.....	43
2. Metode Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data	45
1. Statistik Deskriptif	45
2. Teknik Analisis Data Statistik.....	45
a. Uji Validitas	46
b. Uji Reliabilitas.....	46
c. Uji Asumsi Klasik	47
1) Uji Multikolonieritas	47
2) Uji Autokorelasi	47
3) Uji Heteroskedastisitas.....	48
4) Uji Normalitas	49
d. Analisis Regresi Berganda	50
e. Uji Hipotesis	51
1) Uji F (Uji Simultan)	51
2) Uji t (Uji Parsial).....	52
3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Data Penelitian.....	54
1. Gambaran Umum Perusahaan Yamaha Motor di Kota Madiun	54
2. Data Responden	55
3. Karakteristik Responden	56
B. Hasil Penelitian.....	59
1. Stastistik Deskriptif	59
2. Teknik Analisis Data Statistik	64
a. Uji Validitas	64
b. Uji Reliabilitas.....	66
c. Uji Asumsi Klasik	67
1) Uji Multikolonieritas	67
2) Uji Autokorelasi	68
3) Uji Heteroskedastisitas.....	69
a) Uji Grafik Plot	69
b) Uji Glejser	70

4) Uji Normalitas.....	71
a) Uji Grafik	71
b) Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	72
d. Analisis Regresi Berganda	73
e. Uji Hipotesis.....	74
1) Uji F (Uji Simultan)	74
2) Uji t (Uji Parsial)	75
a) Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	76
b) Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	77
c) Pengaruh Pembelajaran Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	77
d) Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	78
3) Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	78
f. Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
1) Pengaruh Faktor Psikologis (X) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y)	79
2) Pengaruh Faktor Psikologis (X) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y)	81
a) Pengaruh Motivasi Konsumen (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	81
b) Pengaruh Persepsi Konsumen (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	82
c) Pengaruh Pembelajaran Konsumen (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	84
d) Pengaruh Sikap Konsumen (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Implikasi Manajerial.....	89
C. Keterbatasan	90
D. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia dari Tahun 2010-2014	2
Tabel 1.2 <i>Police Registration Data</i>	3
Tabel 3 Variabel dan Definisi Operasional	41
Tabel 4.1 Tabel <i>Respon Rate</i> dan Kuesioner yang Diolah.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	56
Tabel 4.3 Rentang Skala	59
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Tentang Motivasi Konsumen	60
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Persepsi Konsumen	61
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Pembelajaran Konsumen.....	62
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Sikap Konsumen.....	63
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Glejser	71
Tabel 4.14 Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	72
Tabel 4.15 Uji Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4.16 Hasil Pengujian ANOVA.....	75
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen	11
Gambar 2.2	Hierarki Kebutuhan Maslow	15
Gambar 2.3	Proses Perseptual	17
Gambar 2.4	Hubungan Antara 3 Komponen Sikap	24
Gambar 2.5	Empat Tipe Tingkah Laku Membeli	25
Gambar 2.6	Model Sederhana Pengambilan Keputusan Konsumen	27
Gambar 2.7	Kerangka Pemikiran Teoritis	36
Gambar 4.1	Hasil Uji Durbin-Watson	69
Gambar 4.2	Hasil Uji Grafik Plot	70
Gambar 4.3	<i>Normal Probability Plot</i>	72
Gambar 4.4	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Motivasi Konsumen	76
Gambar 4.5	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Persepsi Konsumen	77
Gambar 4.6	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Pembelajaran Konsumen	78
Gambar 4.7	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Sikap Konsumen.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Lampiran 3 Analisis Statistik Deskriptif

Lampiran 4 Jawaban Pernyataan Variabel

Lampiran 5 Reliabilitas dan Validitas

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Uji Regresi Berganda dan Uji Hipotesis

Lampiran 8 Tabel F, Tabel t, Tabel r, dan Tabel DW