

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PRIBADI YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI LUMAJANG

by Ainun Jariah

Submission date: 16-Feb-2021 08:31PM (UTC-0600)

Submission ID: 1511192456

File name: or-pribadi-yang-mempengaruhi-keputusan-pembelian-sepeda-moto.pdf (294.75K)

Word count: 7136

Character count: 45049

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PRIBADI YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI LUMAJANG

Oleh :

Ainun Jariah
STIE Widya Gama Lumajang

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh factor-faktor pribadi yang terdiri dari umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang.

Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh factor-faktor pribadi yang terdiri dari umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode statistik regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel umur dan tahap siklus hidup mempunyai pengaruh negative atau berlawanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha, variabel pekerjaan tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha, variabel situasi ekonomi mempunyai pengaruh positif atau searah terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha, variabel gaya hidup tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha, dan variabel kepribadian dan konsep diri mempunyai pengaruh negatif atau berlawanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha dengan koefisien determinasi (adjusted R^2) diperoleh sebesar 0,487, yang menunjukkan bahwa 48,7% keputusan pembelian sepeda motor yamaha dapat dijelaskan oleh umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, sedangkan sisanya 51,3% keputusan pembelian sepeda motor yamaha dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti pengaruh umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya.

Kata Kunci : umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, keputusan pembelian

A. Pendahuluan

Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang paling disukai oleh masyarakat Indonesia. Karena berbagai faktor sepeda motor menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia yang negaranya tergolong negara sedang berkembang. Jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar, yaitu keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika, menjadikan Indonesia sebagai pasar yang menjanjikan. Menyebabkan produk-produk asing membanjiri pasar Indonesia khususnya sepeda motor.

Banyaknya merek sepeda motor yang di tawarkan oleh produsen sepeda motor di Indonesia menjadikan persaingan pasar sepeda motor semakin ketat. Ini membuat para produsen sepeda motor harus mengambil strategi yang tepat dalam bidang pemasaran. Keputusan konsumen untuk memilih merek yang akan dibeli salah satunya di pengaruhi oleh faktor-faktor perilaku konsumen yang terdiri dari (1) Faktor Budaya ; (2) faktor sosial ; (3) faktor pribadi ; (4) faktor psikologis.

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan produk dan jasa, termasuk pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.

Beberapa penelitian dengan topic yang sama telah di lakukan oleh peneliti sebagai berikut: Robby Hendratna (2008) dengan judul "Menganalisa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli helm merek GV" Data yang digunakan sekunder dalam bentuk data team series yaitu data yang dikumpulkan dan diamati atas rentan waktu tertentu, Hasil penelitiannya handal dan valed

Galih Triatmojo (2005) dengan judul "Analisis pengaruh faktor faktor perilaku konsumen muda terhadap keputusan pembelian produk darmo factory outlite dikota malang"

Hasil penelitiannya tersebut menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan untuk semua variabel terhadap jumlah permintaan untuk konsumsi masyarakat. Bayu Trikristianto (2006) dengan judul "Faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan" Hasil penelitiannya bahwa bahwa semua variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel terikat. Ari Komara (2007) dengan judul "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cengkeh industry rokok kretek di Indonesia" Hasil penelitiannya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan harga dan kualitas cengkeh terhadap jumlah permintaan industry rokok kretek di Indonesia. Nur Laila Arnas Nasution (2008) dengan judul "faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan runah tangga terhadap sayuran organik di kota bogor, jawa barat" hasil penelitiannya bahwa harga dan pendapatan masyarakat berpengaruh positif pada jumlah sayur organic yang diminta

Pemasaran sepeda motor merek Yamaha. telah menyebar ke beberapa wilayah di Pulau Jawa. Dalam pemasaran *Product* merupakan segala sesuatu yang ditawarkan dalam pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi serta dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. *Price* adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan pelanggan untuk suatu produk. *Promotion* adalah serangkaian kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan atau mempromosikan produknya. *Place* meliputi saluran distribusi, lokasi dan persediaan.

Berdasar latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti membatasi permasalahan sebagai berikut :

1. Factor-faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian terdiri dari variable umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri

2. Penelitian ini hanya ingin mengetahui bagaimana pengaruh variable umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha di Lumajang.

Berdasar uraian diatas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah faktor umur dan tahap siklus hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang ?
2. Apakah faktor pekerjaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang ?
3. Apakah faktor situasi ekonomi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang ?
4. Apakah faktor gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang ?
5. Apakah faktor kepribadian dan konsep diri berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang?
6. Apakah faktor pribadi yang terdiri dari umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang ?

Berdasarkan masalah yang diuraikan dimuka, berikut ini dikemukakan tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh factor umur dan tahap siklus hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang.
2. Untuk mengetahui pengaruh factor pekerjaan terhadap keputusan pembelian

sepeda motor Yamaha di Lumajang.

3. Untuk mengetahui pengaruh factor situasi ekonomi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang.
4. Untuk mengetahui pengaruh factor gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang.
5. Untuk mengetahui pengaruh factor kepribadian dan konsep diri terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang.
6. Untuk mengetahui pengaruh factor umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang.

Tinjauan Pustaka

a. Perilaku Konsumen

Pengertian perilaku konsumen :

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Konsumen adalah seseorang yang menggunakan barang atau jasa. Konsumen diasumsikan memiliki informasi atau pengetahuan yang sempurna berkaitan dengan keputusan konsumsinya. Mereka tahu persis kualitas barang, kapasitas produksi, teknologi yang digunakan dan harga barang di pasar. Mereka mampu memprediksi jumlah penerimaan untuk suatu periode konsumsi. Berikut ini adalah wujud dari konsumen.

Sumarwan (2004:26) mendefinisikan perilaku konsumen adalah sebagai berikut :

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli

menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Engle (2002:30) mendefinisikan perilaku konsumen adalah sebagai berikut :

Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan produk dan jasa, termasuk pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.

Perilaku konsumen yaitu bagaimana konsumen merespon berbagai rangsangan pemasaran yang digunakan perusahaan, perusahaan yang benar-benar memahami bagaimana konsumen akan member tanggapan terhadap tampilan produk, harga dan daya tarik iklan yang beraneka ragam memiliki keunggulan besar atas pesaing-pesaingnya. Titik tolak mereka adalah model rangsangan tanggapan dari perilaku pembeli yang ditunjukkan dalam gambar 1. Gambar ini menunjukkan bahwa rangsangan pemasaran dan rangsangan lain masuk kedalam “kotak hitam” konsumen dan menghasilkan tanggapan tertentu. Para pemasar harus melukiskan apa yang ada dalam “kotak hitam” pembeli.

Pada sisi kiri, rangsangan pemasar terdiri dari empat p : produk, harga, saluran distribusi, dan promosi. Rangsangan lain meliputi kekuatan-kekuatan dan kejadian-kejadian penting dalam lingkungan pembeli : ekonomi, teknologi, politik, dan kebudayaan. Seluruh rangsangan ini masuk kedalam kotak hitam pembeli, dimana rangsangan-rangsangan itu diubah menjadi tanggapan-tanggapan pembeli yang dapat diamati yang ditunjukkan dalam kotak sebelah kanan : pilihan produk, pilihan merk, pilihan penyalur, penentuan waktu pembelian dan penentuan pembelian

Gambar 2.1
Model Perilaku Pembeli

Rangsangan pemasaran	Rangsangan lain	Kotak hitam pembeli		Tanggapan pembeli
Produk	Ekonomi	Karakteristik pembeli	Proses keputusan pembeli	Pilihan produk
Harga	Teknologi			Pilihan merk
Tempat	Politik			Pilihan penyalur
promosi	kebudayaan			Pilihan waktu pembelian
				Penentuan pembelian

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

1. Faktor Budaya
Faktor-faktor kebudayaan memiliki pengaruh yang paling luas dan paling dalam pada perilaku konsumen. Menurut kotler (2001 : 197) faktor-faktor kebudayaan terdiri dari :

- a. Kebudayaan
- b. Sub kebudayaan
- c. Kelas sosial

Penjelasan dari istilah-istilah diatas adalah sebagai berikut ini :

- a. Kebudayaan
Menurut sumarwan (2004 : 170) “kebudayaan adalah segala nilai, pemikiran, symbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan dan kebiasaan seorang dan masyarakat”.
- b. Sub kebudayaan.
Menurut Kotler (2001 : 198) “Sub budaya adalah sekelompok orang dengan system nilai bersama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama”.
- c. Kelas Sosial
Menurut Sumarwan (2004 : 218) “Kelas sosial adalah bentuk lain dari pengelompokan masyarakat ke dalam kelas atau kelompok yang berbeda”. Kelas sosial akan mempengaruhi jenis produk, jenis jasa dan merk yang dikonsumsi konsumen.

2. Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga dan peran dan status sosial konsumen. Karena faktor-faktor sosial ini dapat mempengaruhi tanggapan konsumen, perusahaan-perusahaan harus memperhitungkannya ketika merancang strategi-strategi pemasaran mereka. Menurut Kotler (2001 :203) faktor-faktor sosial terdiri dari :

- a. Kelompok Acuan
- b. Keluarga
- c. Peran dan Status

Penjelasannya sebagai berikut :

- a. Kelompok Acuan
Menurut Sumarwan (2004 : 250) “Kelompok acuan (refence group) adalah seorang individu atau sekelompok orang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang”.
 - b. Keluarga
Menurut Sumarwan (2004 : 226) ”keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar konsumen tinggal dan berinteraksi dengan anggota-anggota keluarga lainnya”.
 - c. Peran dan Status
Menurut Kotler(2001 : 206) “peran adalah kegiatan-kegiatan yang diharapkan seseorang untuk dilakukan mengacu pada orang-orang di sekelilingnya”, sedangkan “Status adalah pengakuan umum pengakuan umum masyarakat sesuai dengan peran yang dimainkan”.
- ## 3. Faktor Pribadi
- Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh faktor pribadi. Menurut Kotler (2001 :206) faktor-faktor pribadi terdiri dari :
- a. Umur dan Tahap Siklus Hidup
 - b. Pekerjaan
 - c. Situasi Ekonomi
 - d. Gaya Hidup

e. Kepribadian dan Konsep Diri

Penjelasannya sebagai berikut :

- a. Umur dan Tahap Siklus Hidup
Menurut Kotler (2001 : 206) “Orang-orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang waktu kehidupan mereka. Mereka memakan makanan bayi pada tahun-tahun pertama-pertama kehidupan, menyantap aneka makanan pada masa-masa pertumbuhan dan pendewasaan dan melakukan diet khusus pada tahun-tahun terakhir mereka. Selera mereka terhadap pakaian, furniture, dan rekreasi juga berkaitan dengan usia”. Sedangkan “daur hidup keluarga adalah tahap-tahap yang akan dilalui keluarga ketika mereka tumbuh dewasa di sepanjang masa”.
- b. Pekerjaan
Menurut Kotler (2001 : 207) “Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pemasar berupaya mengidentifikasi kelompok-kelompok berdasarkan pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata dalam produk dan jasa”.
- c. Menurut Kotler (2001 : 207) “Situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk. Jika indikator-indikator ekonomi mengarah pada resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk mendesain ulang, memposisikan dan menetapkan kembali harga produk mereka dengan cepat”.
- d. Gaya Hidup
Menurut Kotler (2001 : 208) “Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang seperti yang diperlihatkannya dalam aktivitas, minat, dan opininya”.
- e. Kepribadian dan konsep diri
Menurut Kotler(2001 : 211) “Kepribadian adalah karakteristik psikologis unik seseorang yang menghasilkan tanggapan-tanggapan yang relatif konsisten dan

menetap terhadap lingkungannya”. Sedangkan “konsep diri adalah bahwa apa yang dimiliki seseorang memberi kontribusi dan mencerminkan identitas mereka”.

4. Faktor Psikologis

Pilihan-pilihan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh faktor psikologis. Menurut Kotler (2001 :212) faktor-faktor psikologis terdiri dari :

- a. Motivasi
- b. Persepsi
- c. Pengetahuan
- d. Keyakinan dan Sifat

Penjelasannya sebagai berikut :

a. Motivasi

Menurut Mowen (2002 : 205) “Motivasi adalah keadaan yang diaktivasi atau digerakkan dimana seseorang mengarahkan perilaku berdasarkan tujuan”.

b. Persepsi

Menurut Kotler (2001 :214) “Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia”.

c. Pembelajaran

Menurut Kotler (2001 : 215) “Pembelajaran adalah perubahan pada perilaku individu yang muncul dari pengalaman”.

d. Keyakinan dan Sikap

Menurut Kotler (2001 :172) “Kepercayaan adalah pemikiran deskriptif seseorang mengenai sesuatu”, sedangkan “Sikap adalah evaluasi, perasaan dan kecenderungan seseorang terhadap suatu objek atau gagasan”.

c. Pengambilan keputusan pembelian

1. Proses pengambilan keputusan pembelian

Menurut kotler (2001:226) “keputusan pem-

belian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk.”

Dalam keputusan membeli barang konsumen sering kali lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembelianya. Umumnya ada enam peran yang dapat dilakukan seseorang. Ada kalanya keenam peran ini sipegang oleh salah satu orang. Pemahaman mengenai masing masing peranan ini sangat berguna dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Keenam peran tersebut meliputi :

- a. Pemrakarsa (initiator)
 - b. Pembawa pengaruh (influencer)
 - c. Pengambil keputusan (decider)
 - d. Pembeli (buyer)
 - e. Pemakai (user)
 - f. Penilai (evaluator)
2. Tahap-tahap dalam proses keputusan membeli

Dalam pengambilan keputusan sedikitnya mempunyai lima tahap, menurut kotler (2001:222) antara lain :

- a. Pengenalan kebutuhan
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi berbagai alternative
- d. Keputusan membeli
- e. Perilaku paska pembelian

Penjelasannya sebagai berikut :

a. Mengidentifikasi masalah :

Proses membeli diawali kesadaran pembeli adanya masalah kebutuhan. Kebutuhan timbul karena perbedaan yang sesungguhnya dengan keadaan yang diinginkan. Dengan mengenali kebutuhan konsumen maka dapat diprediksikan perilakunya, karena konsumen tidak akan membeli produk kalau tidak memuaskan kebutuhannya.

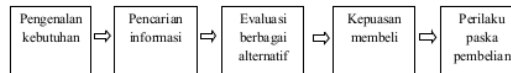
b. Pencarian informasi :

Dalam pencarian informasi konsumen dapat menemukan informasi melalui

sumber eksternal maupun internal. Sumber internal berhubungan dengan memorinya tentang pengalaman dengan situasi pembelian. Dalam pencarian ini ada faktor yang mempengaruhi antara lain faktor situasi, faktor produk serta faktor konsumen. Kepercayaan dan sikap konsumen mempengaruhi dalam pencarian ini. Jika konsumen mempunyai yang mendukung maka akan mencari informasi yang lebih banyak. Pertimbangannya adalah biaya dan manfaat dalam pencarian informasi ini.

- c. **Evaluasi alternatif :**
Inti dari informasi alternatif ini adalah, konsumen akan memilih produk diantara berbagai pilihan yang dapat memuaskan kebutuhannya. Konsumen akan melihat setiap produk merupakan suatu himpunan dari cirri dan sifat tertentu yang mempunyai manfaat dan konsumen akan mencari manfaat – manfaat tertentu pada suatu produk, oleh sebab itu dalam menentukan criteria evaluasi tidak lepas dari motivasi konsumen.
- d. **Keputusan membeli :**
Pada tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi terhadap produk atau merk yang menjadi pilihannya, namun demikian apakah konsumen nantinya akan membeli atau tidak, dipengaruhi oleh orang lain dan faktor keadaan yang tak terduga.
- e. **Perilaku paska pembelian :**
Setelah membeli suatu produk konsumen akan mengalami kepuasan atau ketidakpuasan. Kepuasan merupakan fungsi dekatnya harapan dari pembeli terhadap produk, dengan kemampuan dari produk tersebut, dan jika sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen pembeli akan puas.

Gambar 2.2
Proses keputusan membeli



Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. (Sugiyono, 2009 : 93).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu beberapa ahli, landasan teori dan perumusan masalah maka hipotesis penelitian ini adalah :
Hipotesis Pertama

H0 : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan faktor umur dan tahap siklus hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang

Ha : Terdapat pengaruh secara signifikan faktor umur dan tahap siklus hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang

Hipotesis Kedua

H0 : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan pekerjaan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang

Ha : Terdapat pengaruh secara signifikan faktor pekerjaan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang

Hipotesis Ketiga

H0 : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan faktor situasi ekonomi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang

Ha : Terdapat pengaruh secara signifikan faktor situasi ekonomi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang

Hipotesis Keempat

H0 : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan faktor gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor

Yamaha di Lumajang

Ha : Terdapat pengaruh secara signifikan faktor gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang

Hipotesis Kelima

H0 : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan faktor kepribadian dan konsep diri terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang

Ha : Terdapat pengaruh secara signifikan faktor kepribadian dan konsep diri terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang

Hipotesis Keenam

H0 : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan factor pribadi yang terdiri dari umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang

H6 : Terdapat pengaruh secara signifikan factor pribadi yang terdiri dari umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Lumajang

3. Metode penelitian

3.1. Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat *kausal*. Sugiyono (2008: 36) menyatakan bahwa penelitian *assosiatif* adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan Kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel dipengaruhi.

Untuk menganalisis pengaruh variabel independen (X) yang terdiri dari variabel

Umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian dan konsep diri terhadap variabel dependen (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel independen (X), yaitu umur dan tahap siklus hidup (X1), pekerjaan (X2), situasi ekonomi (X3), gaya hidup (X4) dan kepribadian dan konsep diri sebagai (X5) terhadap variabel dependen (Y), yaitu keputusan pembelian.

3.2. Obyek Penelitian

Tempat penelitian adalah beberapa dealer sepeda motor yang menjual berbagai merek sepeda motor dan berlokasi di Kabupaten Lumajang. Untuk keperluan ini, maka peneliti mengambil 5 (lima) sampel dealer di Lumajang, yaitu : Karunia Sejahtera Motor, Agung Sakti Motor, Restu Motor, Prayogi Motor, Sirka Amanah Motor.

Objek penelitian ini adalah variabel independen adalah umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri serta variabel dependen adalah keputusan pembelian.

3.3. Sumber dan Jenis Data

3.3.1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal dan data eksternal. Data internal diperoleh dari 5 (lima) perusahaan yang dijadikan sampel penelitian berupa data tentang kegiatan *penjualan* yang telah dilaksanakan serta data konsumen. Sedangkan data eksternal berupa kondisi persaingan usaha sejenis khususnya di Kabupaten Lumajang.

3.3.2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yaitu hasil pengisian kuesioner oleh responden yang merupakan konsumen pada 5 (lima) dealer yang dijadikan sampel penelitian.

3.4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen sepeda motor Yamaha di Lumajang yang berjumlah 150 orang. Menurut Sugiyono (2009:116) "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi".

3.4.2. Tehnik Pengambilan Sampel

Sementara penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. *Simple Random Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2009 : 118).

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Roscoe. Roscoe memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut (Sugiyono, 2009 : 129 - 130) :

- Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500
- Bila sampel dibagi dalam kategori (misal : pria-wanita, pegawai negeri-swasta, dan lain-lain) maka sampel setiap kategori minimal 30.
- Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variable yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
- Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Berdasar model yang dikembangkan Roscoe, dengan variabel penelitian (independen + dependen) berjumlah 6, maka

sampel yang diambil adalah $10 \times 6 = 60$. Responden yang diambil sebagai sampel adalah konsumen sepeda motor Yamaha di Lumajang.

3.1. Variabel Penelitian

3.1.1. Identifikasi Variabel

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain, sering disebut dengan variabel yang mendahului (Indriantoro dan Supomo, 1999:27). Variabel yang dilambangkan dengan (X) ini memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependennya terdiri dari :

- 1) Umur dan tahap siklus hidup (X1)
- 2) Pekerjaan (X2)
- 3) Situasi Ekonomi (X3)
- 4) Gaya hidup (X4)
- 5) Kepribadian dan konsep diri (X5)

b. Variabel dependen

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dan sering disebut sebagai variabel konsekuensi. (Indriantoro dan Supomo, 1999:37). Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

Definisi Operasional Variabel

- Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tindakan atau keputusan yang diambil seseorang untuk membeli produk sepeda motor Yamaha di Lumajang, yang diindikasikan dengan :

- Keputusan pembeli
- Pembelian kembali

Untuk menjangkau pendapat responden tentang variabel keputusan pembelian maka dibuat dan disebarkan kuesioner yang disusun

dalam *skala likert* sebagai berikut:

- a. Saya memutuskan membeli sepeda motor Yamaha karena kebutuhan
- b. Sebelum memutuskan membeli sepeda motor Yamaha saya mencari informasi dari sumber-sumber yang terkait
- c. Sebelum saya memutuskan membeli sepeda motor saya melakukan perbandingan dan seleksi terhadap berbagai alternative dealer sepeda motor.

• Umur dan Tahap Siklus Hidup

Umur dan tahap siklus adalah usia seseorang dalam menjalani kehidupan dimulai sejak lahir sampai saat beberapa tahun. Untuk menjangking pendapat responden tentang variabel umur dan tahap siklus hidup maka dibuat dan disebarakan kuesioner yang disusun dalam *skala likert* sebagai berikut:

- a. Saya membeli sepeda motor karena putra/putri saya sudah cukup umur untuk mengendarai sepeda motor
- b. Apakah di keluarga anda sudah ada yang lanjut usia dan tidak bisa mengendarai sepeda motor lagi ?

• Pekerjaan

Pekerjaan yang dimaksud disini adalah usaha seseorang untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari dan untuk bertahan hidup. Untuk menjangking pendapat responden tentang variabel pekerjaan maka dibuat dan disebarakan kuesioner yang disusun dalam *skala likert* sebagai berikut:

- a. Tingkat pendapatan saya mempengaruhi dalam melakukan pembelian sepeda motor Yamaha.
- b. Status pekerjaan saya mempengaruhi saya untuk membeli produk sepeda motor Yamaha.

• Situasi Ekonomi

Situasi ekonomi yang dimaksud adalah suatu keadaan ekonomi konsumen atau pembeli dan kemampuan konsumen untuk membeli sepeda motor Yamaha. Untuk menjangking pendapat responden tentang

variabel situasi ekonomi maka dibuat dan disebarakan kuesioner yang disusun dalam *skala likert* sebagai berikut:

- a. Anda membeli produk sepeda motor Yamaha karena harganya
- b. Anda membeli produk sepeda motor Yamaha sesuai dengan situasi ekonomi anda

• Gaya Hidup

Gaya hidup yang dimaksud adalah tingkah laku hidup atau cara hidup seseorang. Untuk menjangking pendapat responden tentang variabel gaya hidup maka dibuat dan disebarakan kuesioner yang disusun dalam *skala likert* sebagai berikut:

- a. Konsumen lebih suka membeli produk sepeda motor Yamaha
- b. Minat yang tinggi konsumen untuk memakai produk sepeda motor Yamaha

• Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian dan konsep diri yang dimaksud adalah sifat dan kebiasaan seseorang serta prinsip yang dimiliki seseorang. Untuk menjangking pendapat responden tentang variabel kepribadian dan konsep diri maka dibuat dan disebarakan kuesioner yang disusun dalam skala likert sebagai berikut:

- a. Apakah saudara anda memberikan pengaruh dalam melakukan pembelian produk sepeda motor Yamaha.
- b. Apakah Orang tua anda memberikan pengaruh dalam melakukan pembelian produk sepeda motor Yamaha.

3.2. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada responden sebanyak 100 orang. Pengukuran data untuk masing-masing variabel dilakukan dengan memberi skor berdasarkan skala *likert*. Adapun bentuk skala *likert* menurut Sugiyono (2008:93) sebagai berikut:

1. Sangat setuju/ selalu/ sangat positif (SS/ SL) diberi skor 5

2. Setuju/ sering/ positif (ST/ SR) diberi skor 4
3. Ragu- ragu/ kadang-kadang. Netral (RG/ KS) diberi skor 3
4. Tidak setuju/ hampir tidak pernah/ negative (TS/ TP) diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju/ tidak pernah (STS/ S) diberi skor 1

a. Wawancara

Wawancara atau interview adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden (Sugiyono, 2008:92). Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pemilik, karyawan dan konsumen pada 5 (lima) perusahaan yang dijadikan sampel penelitian.

b. Observasi

Merupakan metode penelitian dimana peneliti mengamati secara langsung obyek penelitian, guna menambah data dan informasi yang diperlukan (Sugiyono, 2008:93). Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang dan mengamati secara langsung proses produksi dan proses penjualan pada 5 (lima) perusahaan yang dijadikan sampel penelitian.

3.4. Teknik Analisa Data

Sesuai dengan hipotesis dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan analisis pengaruh yang merupakan analisis hubungan asosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini. (Sugiyono, 2007:35).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan realibilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar, bahwa data harus berdistribusi normal terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan

Heterokedastisitas.

3.7.1. Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas yang merupakan asumsi dasar yang harus dipenuhi, bahwa data harus valid dan realibel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

3.7.1.1. Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. Seperti dikatakan oleh Arikunto (2003:135) bahwa instrumen dikatakan valid apabila mampu menggali apa yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Menurut Sugiyono (2008 : 134), syarat minimum untuk suatu data kualitatif dianggap memenuhi syarat validitas apabila r minimal bernilai 0,3. Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda (Sugiyono, 2008:137). Jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berlainan. Suatu kuesioner disebut mempunyai reliabilitas atau dapat dipercaya, jika kuesioner itu stabil dan dapat diandalkan sehingga karena penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang serupa.

Menurut Yohanes Anton Nugroho (2011:33), uji realibilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel sebagai berikut :

No.	Interval Alpha Cornbach	Tingkat Reliabilitas
	0,000 - 0,20	Kurang Reliabel
	0,201 - 0,40	Agak Reliabel
	0,401 - 0,60	Cukup Reliabel
	0,601 - 0,80	Reliabel
	0,801 - 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Yohanes Anton Nugroho (2011:33)

3.7.2. Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

a. Pengujian Normalitas Data

Menurut Mudrajad Kuncoro (2007:94), penggunaan model analisis pengaruh terikat dengan asumsi bahwa data harus distribusi normal agar diperoleh hasil yang tidak bias. Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah data berada berdistribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik, parametik. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan cara lain yaitu dengan melihat *normal probability plot pada output SPSS*, jika nilai-nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi. (Singgih Santoso, 2012:361).

b. Pengujian Multikolinieritas

Menurut Mudrajad Kuncoro (2007:98), multikolinieritas menunjukkan adanya hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel. Untuk mengetahui apakah data memenuhi syarat atau tidak multikolinieritas adalah dengan melihat out put SPSS pada *table coefficients* jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dibawah angka 10 ($VIF < 10$) berarti tidak terjadi multikolinieritas. (Sugiyono, 2009:139).

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah tidak terdapat heteroskedastisitas. Menurut Mudrajad Kuncoro (2007:96), heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai

dalam data silang tempat daripada runtut waktu. Pada asumsi ini mengharuskan bahwa nilai sisa yang merupakan variabel pengganggu pada masing-masing variabel selalu konstan atau tidak berubah. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastisitas. Jika ada pola yang jelas serta titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Formula untuk regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + b_5 x_5 + e$$

Dimana :

Y = variabel dependen yaitu keputusan pembelian

X = variabel independen (umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri)

a = konstanta

b = koefisien regresi variabel independen

e = error

Untuk mengetahui variabel independen yang dominan pengaruhnya terhadap variabel dependen, ditunjukkan dengan koefisien regresi (b) yang sudah distandardisasi yaitu nilai beta. (Sutanto Priyo Hastono, 2006:6).

3.7.4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri terha-

dapat keputusan pembelian secara parsial yang diuji dengan cara signifikansi, dengan kriteria pengujian :

Jika $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri terhadap keputusan pembelian (variabel dependen) secara simultan yang diuji dengan cara signifikansi. Adapun kriteria pengujiannya adalah :

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.7.5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Menurut Singgih Santoso (2012:355), untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai R Square. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase.

Hasil penelitian dan pembahasan

Hasil Penelitian

Hasil Pengujian Instrumen

4.1.3.1.1. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Hasil pengujian melalui SPSS versi 16, menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel yang di-

gunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari 0,3 sesuai dengan pendapat Sugiyono (2008:134), syarat minimum untuk suatu data kualitatif dianggap memenuhi syarat validitas apabila r minimal bernilai 0,3. Berdasarkan pendapat tersebut dan tingkat signifikansi juga menunjukkan di bawah 5% atau 0,05, maka semua kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil pengujian melalui SPSS versi 16, menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas untuk umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri dan keputusan pembelian adalah reliabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal. (Yohanes Anton Nugroho, 2011:33)

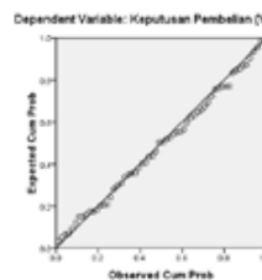
4.1.2. Hasil Uji Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

a. Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot. Data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal. Hasil analisis regresi linier dengan grafik normal P-P Plot :

Gambar 4.2
Pengujian Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Hasil Analisis Data Dengan SPSS

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

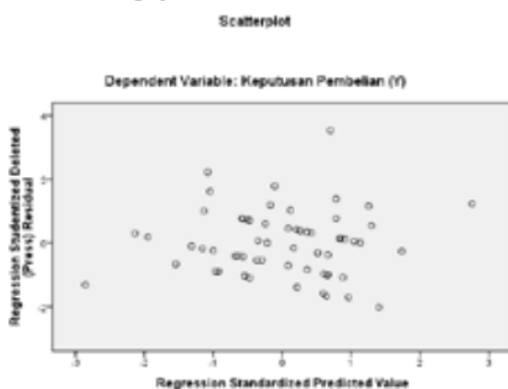
4.1.3.2.2. Hasil Pengujian Multikolinieritas

Hasil pengujian melalui SPSS versi 16, menunjukkan bahwa hasil uji multikolinieritas pada semua variabel mempunyai nilai VIF di bawah 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel umur dan siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri telah bebas dari multikolinieritas.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas disajikan sebagai berikut :

Gambar 4.3
Pengujian Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Analisis Data Dengan SPSS

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

Hasil Uji t

Hasil Uji t Terhadap Variabel Umur dan Tahap Siklus Hidup

Hasil uji t untuk variabel X1 (umur dan

siklus hidup) diperoleh nilai t hitung = -2,273 dengan tingkat signifikansi 0,016. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar -2,021. Ini berarti t hitung < - t tabel, yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian maka, hipotesis pertama dapat diterima. Arah koefisien regresi negatif berarti bahwa umur dan tahap siklus hidup memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa umur dan tahap siklus hidup yang semakin tinggi, akan berakibat keputusan pembelian menurun.

Hasil Uji t Terhadap Variabel Pekerjaan

Hasil uji t variabel X2 (pekerjaan) diperoleh nilai t hitung = 1,927 dengan tingkat signifikansi 0,059. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar 2,021. Ini berarti t hitung < t tabel, yang berarti Ho diterima dan Ha ditolak. Dengan demikian maka, hipotesis kedua tidak dapat diterima, yang berarti bahwa pekerjaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil Uji t Terhadap Variabel Situasi Ekonomi

Hasil uji t variabel X3 (situasi ekonomi) diperoleh nilai t hitung = 2,058 dengan tingkat signifikansi 0,044. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar 2,021. Ini berarti t hitung > t tabel, yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian maka, hipotesis ketiga dapat diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa situasi ekonomi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa situasi ekonomi yang semakin baik, akan berakibat baik pula terhadap keputusan pembelian.

Hasil Uji t Terhadap Variabel Gaya Hidup

Hasil uji t variabel X4 (gaya hidup) diperoleh nilai t hitung = -0,188 dengan tingkat signifikansi 0,852. Dengan menggunakan

batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar 2,021. Ini berarti t hitung > - t tabel, yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian maka, hipotesis keempat tidak dapat diterima, yang berarti bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil Uji t Terhadap Variabel Kepribadian dan Konsep Diri

Hasil uji t variabel X4 (kepribadian dan konsep diri) diperoleh nilai t hitung = -2,628 dengan tingkat signifikansi 0,009. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar 2,021. Ini berarti t hitung < - t tabel, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian maka, hipotesis kelima dapat diterima. Arah koefisien regresi negatif berarti bahwa kepribadian dan konsep diri memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa kepribadian dan konsep diri yang semakin baik, akan berakibat baik keputusan pembelian menurun.

Hasil Uji F

Dengan pengolahan data menggunakan *SPSS for Windows Release 16.0*, diperoleh nilai F hitung sebesar 3,131 lebih besar dari F tabel sebesar 2,37 dengan tingkat signifikansi $0,076 < 0,1$. Sehingga dapat diketahui bahwa umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri dapat berpengaruh secara positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian

1 Fungsi Regresi Linier Berganda Yang Dihasilkan

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen secara parsial maupun secara simultan terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi *Unstandardized coefficients* adalah sebagai berikut :

Berdasar dari data hasil regresi diperoleh

persamaan sebagai berikut :

$$Y = 5,840 - 0,035X_1 + 0,305X_2 + 0,404X_3 - 0,023X_4 - 0,254X_5$$

Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,555. Hal ini berarti 55,5% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, tempat, promosi dan harga, sedangkan sisanya yaitu 45,5% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Pengujian Terhadap Hipotesis I

Pengujian hipotesis 1 menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan variabel umur dan tahap siklus hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. Hal ini menunjukkan bahwa umur dan tahap siklus hidup konsumen mendorong untuk membeli sepeda motor Yamaha.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa konsumen akan membeli sepeda motor Yamaha apabila umur dan tahap siklus hidupnya sudah sesuai keinginan. Pembahasan **Hasil Pengujian Terhadap Hipotesis II**

Hasil pengujian hipotesis 2 menjelaskan bahwa variabel pekerjaan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan Hasil Pengujian Terhadap Hipotesis III

Hasil pengujian hipotesis 3 mendapatkan bahwa situasi ekonomi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa situasi ekonomi yang baik berpengaruh baik pula terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan Hasil Pengujian Terhadap Hipotesis IV

Hasil pengujian hipotesis 4 menjelaskan bahwa variabel gaya hidup tidak memiliki

pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan Hasil Pengujian Terhadap Hipotesis V

Hasil pengujian hipotesis 5 mendapatkan bahwa kepribadian dan konsep diri memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa kepribadian dan konsep diri baik akan berakibat keputusan pembelian menurun.

Pembahasan Hasil Pengujian Terhadap Hipotesis VI

Hasil pengujian hipotesis VI mendapatkan bahwa yang dilakukan secara bersama antara variabel umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian dan konsep diri menunjukkan pengaruh yang positif. Hal ini berarti kelima variabel tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian. Konsumen memutuskan membeli sepeda motor Yamaha karena adanya putra/putrinya sudah cukup umur dan ada anggota keluarga yang tidak bias mengendarai sepeda motor, status pekerjaan dan tingkat pekerjaan yang baik, situasi ekonomi yang baik, konsumen lebih suka membeli dan minta yang tinggi untuk membeli, pengaruh saudara dan orang tua untuk membeli sepeda motor Yamaha. Selain itu pelanggan sebelum memutuskan untuk membeli sepeda motor Yamaha, konsumen mencari informasi dari sumber-sumber yang berkaitan dan juga melakukan perbandingan dengan berbagai alternatif yang lain. Secara simultan kelima variabel independen ini yaitu umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian konsep diri menunjukkan pengaruh yang cukup kuat terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan oleh koefisien determinan sebesar 48,7 %, dimana sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Pengujian Terhadap Hipotesis Tambahan

Dari pembahasan hasil penelitian diperoleh bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah situasi ekonomi dengan koefisien beta sebesar 0,404 lebih besar dari pada koefisien variabel umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, gaya hidup, dan kepribadian dan konsep diri.

Kesimpulan dan saran

a. Kesimpulan

- Hasil pengujian terhadap hipotesis I dengan menggunakan metode regresi linier berganda menyatakan bahwa secara partial umur dan tahap siklus hidup mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.
- Hasil pengujian terhadap hipotesis II dengan menggunakan metode regresi linier berganda menyatakan bahwa secara partial pekerjaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.
- Hasil pengujian terhadap hipotesis III dengan menggunakan metode regresi linier berganda menyatakan bahwa secara partial situasi ekonomi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.
- Hasil pengujian terhadap hipotesis IV dengan menggunakan metode regresi linier berganda menyatakan bahwa secara simultan gaya hidup tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. sepeda motor Yamaha.

- Hasil pengujian terhadap hipotesis V dengan menggunakan metode regresi linier berganda menyatakan bahwa kepribadian dan konsep diri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.
- Hasil pengujian terhadap hipotesis VI dengan menggunakan metode regresi linier berganda menyatakan bahwa umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian dan konsep diri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.
- Hasil pengujian hipotesis Tambahan dengan menggunakan metode regresi linier berganda menyatakan bahwa variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah situasi ekonomi

Daftar pustaka

- Anton, Yohanes Nugroho, 2011, *It's Easy Olah Data Dengan SPSS*, PT. Skripta Media Creative, Klaten
- Arikunto, 2003, *Manajemen Penelitian*, Renika Cipta, Jakarta.
- Ari Komara, 2007, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cengkeh Industri Rokok Kretek Indonesi*, Skripsi, <http://www.googlewikipedia.com2011>, Padang, Program S1 Universitas Negeri Medan
- Arsyad, Lincolin, 1991, *Akonomi Manajerial*, BPFE, Yogyakarta.
- Bayu Trikristianto, 2006, *Faktor Prilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan*, Skripsi, <http://www.googlewikipedia.com2011>, Padang,
- Program S1 Universitas Negeri Medan
- Cannon, Josep P, Dkk, 2008, *Pemasaran Dasar-Pendekatan Manajemen Global*, Salemba Empat, Jakarta.
- Eagle, James F, Roger D. Blackwell dan Paul W Miniard, 2002, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Jilid I, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta.
- Galih Triatmojo, 2010, *Analisis Faktor-faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Darmo Factory Outlet di Kota Malang*, Skripsi, <http://www.googlewikipedia.com2011>, Padang, Program S1 Universitas Negeri Medan.
- Ghozali, Imam, 2001, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hastono, Sutanto Priyo, 2006, *Analisis Multivariate*, Penerbit FKM UI, Jakarta.
- Indriantoro, N dan Supomo, B, 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis : Untuk*
- Kotler, Philip dan Kevin Lane, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga belas, Jilid I, Erlangga, Jakarta
- Kuncoro, Mudrajat, 2007, *Metode Kuantitatif Tepri dan Aplikasi Untuk Bisnis*, Edisi Ketiga, UUP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Mursid, 2003, *Manajemen Pemasaran*, Edisi I, Cetakan Ketiga, Penerbit PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Made Novandri, 2010, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Nurlaila Arnas Nasution, 2008, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Rumah Tangga Terhadap Sayuran Organik di Kota Bogor*, Skripsi, <http://www.googlewikipedia.com2011>,

Ainun Jariah

Padang, Program S1 Universitas Negeri Medan.

Robby Hendratna, 2008, *Menganalisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Membeli Helm Merek GV*, <http://www.googlewikipedia.com2011>, Padang, Program S1 Universitas Negeri Medan

Royan Agustinus Siburian, 2008, Skripsi, <http://www.googlewikipedia.com2011>,

Padang, Program S1 Universitas Negeri Medan

Sandy Prasetyo, 2008, ..., Skripsi, <http://www.googlewikipedia.com2011>, Padang, Program S1 Universitas Negeri Medan
Setia, Lukas Atmaja, Ph.d., 2011, *Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PRIBADI YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI LUMAJANG

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Anggrainy Chaniago, Merry M. Pelupessy, Sarifuddin Sarifuddin, Yulianty S. Ginting. "ANALISIS PENGARUH PROMOSI YANG TERINTEGRASI DAN KEUNGGULAN POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN MANDI LUX DI KOTA AMBON", Jurnal Soso-Q, 2020 Publication	3%
2	oapub.org Internet Source	3%
3	repo.darmajaya.ac.id Internet Source	2%
4	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	2%
5	dataku-ferdi.blogspot.com Internet Source	2%
6	memedazawest.blogspot.com Internet Source	2%

Exclude quotes Off

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PRIBADI YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI LUMAJANG

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18
