

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA MATIC
DI DEALER PRIMA MOTOR
PASIR PENGARAIAN**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

**ASRA YURITA
NIM : 1225023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2016**

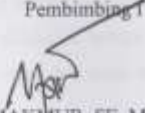
HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : ASRA YURITA
NIM : 1225023
JUDUL PENELITIAN : ANALISIS PENGARUH PERSEPSI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
MATIC DI DEALER PRIMA MOTOR PASIR
PENGARAIAN

Telah diperiksa oleh pembimbing I dan pembimbing II, dan dinyatakan telah layak untuk diajukan pada Seminar Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

Pasir Pengaraian, Juli 2016

Pembimbing I


MAKMUR, SE, MMA

NIDN. 1010038001

Pembimbing II


ANDI AFRIZAL, SE, Si, Ak, CA

NIDN. 1014118301

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Universitas Pasir Pengaraian


SEPRINI, SE, MM

NIDN. 10 2509 7804

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : ASRA YURITA
NIM : 1225023
JUDUL PENELITIAN : ANALISIS PENGARUH PERSEPSI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
MATIC DI DEALER PRIMA MOTOR PASIR
PENGARAIAAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Senin, 15 Agustus 2016 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 5 Desember 2016

Pembimbing I


MAMMUR, SE., MMA
NIDN. 1010038001

Pembimbing II


ANDI AFRIZAL, SE., MSi, Ak. CA
NIDN. 1014118401

Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

Penguji I


YULFITA ANI, SE., MM
NIDN. 1014097802

Penguji II


HIDAYAT, SE., MM
NIDN. 1027058603

Penguji III


SEPRINI, SE., MM
NIDN. 10 2509 7804

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian


YULFITA ANI, SE., MM
NIDN. 1014097802

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ASRA YURITA
Nomor Mahasiswa : 1225023
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta tidak juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, Agustus 2016

Yang Membuat Pernyataan



ASRA YURITA

ABSTRAK

ASRA YURITA. NIM:1225023. 2016. ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA MATIC DI DEALER PRIMA MOTOR PASIR PENGARAIAN. Pembimbing I: Makmur., SE. MMA, dan Pembimbing II: Andi Afrizal, SE., MSi. AK. CA.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda matic di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian. Sampel penelitian menggunakan teknik *aksidental sampling*, dengan jumlah sebanyak 98 orang. Variabel bebas dalam penelitian ini persepsi konsumen (X), variabel terikat (Y) keputusan pembelian. Metode pengumpulan data menggunakan penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan, penelitian lapangan terdiri dari observasi dan kuesioner. Berdasarkan Hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh hasil sebesar 0,895, menunjukkan persepsi konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda matic di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian dan memiliki pengaruh yang positif. Hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu 37,4% yang berarti bahwa persepsi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 37,4%, sedangkan sisanya 62,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian adalah hasil analisis data dengan menggunakan regresi linear sederhana, menunjukkan kekuatan hubungan antara persepsi konsumen dengan keputusan pembelian, yaitu berkorelasi secara positif sebesar 0,895. Dari hasil perhitungan pengujian hipotesis menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $t_{hitung} 7.531 > 1,661$ sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian dapat diterima.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Shubhanallah wa taala yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian”.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Feliatra, DEA selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Ibu Yulfita Aini, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Seprini SE., MM selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4. Bapak Makmur, SE., MMA selaku pembimbing I yang telah menyediakan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmu kepada penulis sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini.
5. Bapak Andi Afrizal, SE., MSi. AK. CA selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktu sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini.

6. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang telah banyak melimpahkan ilmunya kepada penulis selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
7. Direksi/Pimpinan dan seluruh karyawan dan staff Dealer Prima Motor yang telah memberikan bantuan berupa data serta memberikan izin dan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian kepada Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian.
8. Kepada Ayahanda dan ibunda tercinta yang telah memberikan nasehat, semangat, dorongan, motivasi dan do'a tanpa henti kepada penulis dalam setiap langkah. Penulis persembahkan sebagai tanda bakti penulis kepada ayahanda dan ibunda tercinta.
9. Rekan-rekan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan andil berupa saran, kritik dan koreksi selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depan.

Semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat imbalan di sisi Allah SWT sebagai amal ibadah, Amin.

Pasir Pengaraian, Agustus 2016

Penulis

ASRA YURITA

NIM : 1225023

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori	11
a. Persepsi Konsumen	11
a) Pengertian Persepsi Konsumen.....	11
b) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen.....	12
c) Indikator Persepsi konsumen	15
d) Macam-macam Persepsi Konsumen.....	17
b. Keputusan Pembelian.....	19
a) Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
b) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	20

c) Indikator yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	22
c. Hubungan Antara Keputusan Pembelian Dengan Variabel yang Diteliti.....	24
a) Hubungan Nilai Emosional Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
b) Hubungan Nilai Sosial Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
c) Hubungan Nilai Fungsional Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
d) Hubungan Nilai Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
d. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	26
B. Kerangka Konseptual	28
C. Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian	30
B. Populasi dan Sampel.....	30
C. Jenis dan Sumber Data	32
D. Teknik Pengambilan Data	33
E. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasionalnya	34
F. Instrumen Penelitian.....	36
G. Teknik Analisis Data	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
1. Struktur Organisasi.....	44
2. Uraian Tugas.....	45
B. Karakteristik Responden.....	47
1. Analisis Karakteristik Responden.....	47

a.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	47
b.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
c.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	49
d.	Karakteristik Responden Berdasarkan merek Sepeda Motor Matic yang Digunakan.....	49
e.	Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Pemakaian.....	50
2.	Deskripsi Variabel Persepsi Konsumen (X) dengan Analisis Tingkat Capain Responen (TCR).....	51
3.	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan Analisis Tingkat Capain Responen (TCR).....	55
C.	Analisis Data Penelitian.....	59
1.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	59
a.	Uji validitas.....	59
b.	Uji Reliabilitas.....	60
D.	Analisis Data.....	61
a.	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	61
b.	Uji Determinasi (<i>Adjusted R2</i>).....	62
E.	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	63
a.	Uji Parsial (Uji t).....	63
b.	Pembahasan.....	64

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan.....	66
B.	Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Data Jumlah Penjualan Produk Honda Matic Di Dealer Prima Motor Tahun 2011s/d 2015.....	5
Tabel 3.1	Identifikasi Variabel.....	34
Tabel 3.2	Penilaian Skor Terhadap Jawaban Kuesioner.....	36
Tabel 3.3	Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR).....	38
Tabel 3.4	Penilaian Alpha Cronbach.....	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Honda Matic yang Digunakan.....	50
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan masa Pemakaian.....	50
Tabel 4.6	Penilaian Responden terhadap Indikator Seleksi.....	51
Tabel 4.7	Penilaian Responden terhadap Indikator Organisasi.....	52
Tabel 4.8	Penilaian Responden terhadap Indikator Interpretasi.....	53
Tabel 4.9	Penilaian Responden dengan Analisis TCR Variabel Persepsi Konsumen.....	54
Tabel 4.10	Penilaian Responden terhadap Indikator Nilai Kualitas.....	55
Tabel 4.11	Penilaian Responden terhadap Indikator Nilai Emosional.....	56
Tabel 4.12	Penilaian Responden terhadap Indikator Nilai Fungsional.....	56
Tabel 4.13	Penilaian Responden terhadap Indikator Nilai Sosial.....	57
Tabel 4.14	Penilaian Responden dengan Analisis TCR Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4.15	Ringkasan Hasil Pengukuran Validitas Item Kuesioner.....	59
Tabel 4.16	Ringkasan Hasil Pengukuran Reliabel Item Kuesioner.....	60
Tabel 4.17	Ringkasan Hasil analisis Regresi Linear Sederhana.....	61
Tabel 4.18	Hasil Uji Determinasi (Adjusted R ²).....	62
Tabel 4.19	Hasil Uji T (Pengujian Secara Parsial).....	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	44