

**Faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam  
keputusan pembelian Honda CBR 150 R  
(Studi Kasus CV. Fortuna Motorindo Surabaya)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh :

**Ega Ichya'ul Hidayah**

**NPM 13420032**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2018**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : Ega Ichya'ul Hidayah  
**NPM** : 13420032  
**Alamat** : Jl. Balas Klumprik No. 27 Wiyung-Surabaya  
**Program Studi** : MANAJEMEN  
**Fakultas** : EKONOMI DAN BISNIS

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“Faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian Honda CBR 150 R (Studi Kasus CV. Fortuna Motorindo Surabaya)”**

Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 21 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,

 

**(Ega Ichya'ul Hidayah)**

**NPM : 13420032**

**SKRIPSI**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUI KONSUMEN  
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA CBR 150 R**

**(Studi Kasus CV. Fortuna Motorindo Surabaya)**

**Diajukan Oleh :**

**Ega Ichya'ul Hidayah**

**NPM 13420032**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :**

**DOSEN PEMBIMBING**



**EVIANAH, SE., M.Si**

Tanggal, 23 Agustus 2018

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si**

Tanggal, 23 Agustus 2018

**SKRIPSI**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUI KONSUMEN  
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA CBR 150 R**

**(Studi Kasus CV. Fortuna Motorindo Surabaya)**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**Ega Ichya'ul Hidayah**

**NPM 13420032**

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



EVIANAH, SE., M.Si

Anggota Dewan Penguji Lain



DIJAH JULIANDRASTUTI, SE., M. Ak



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M. Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk gelar sarjana manajemen

Tanggal 21 Juli 2018



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M. Si

Ketua Program Studi

## KATA PENGANTAR

Syukur Allhamdulillah, berkat rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan melalui proses pembelajaran yang cukup lama dengan banyak mengalami kendala, hambatan dan tentu saja pengalaman yang luar biasa dalam penyusunan skripsi ini. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang selalu memberi petunjuk, membantu penulis sehingga hambatan dan kendala dapat terlewati dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainnya maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan juga ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji dr.SP, THT-KL.,(K) selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, Ak, MM, CA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Drs. Ec. Gimanto G, MM, M.Ak selaku dosen wali.
5. Ibu Evianah, SE., M.Siselaku dosen pembimbing penyusunan skripsi.

6. Ayah dan Ibu saya yang selama ini mendoakan saya agar cepat selesai dalam menempuh kuliah. Berkat do'a dan kasih sayang merekalah yang selalu membangkitkan harapan si penulis, betapa aku inginkan mempersembahkan yang terbaik atas semua perjuangan yang engkau lakukan untuk cita-cita dan masa depanku”.
7. Buat teman-temanku yang belum menempuh atau menyelesaikan skripsinya mudah-mudahan diberi kelancaran buat mengerjakan atau menyelesaikan skripsinya.

Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi ini dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penulisan.

Surabaya, Juli 2018

Penulis

# **Faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian Honda CBR 150 R**

**Ega Ichyau’ul Hidayah**

Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

[Ega.ihyau@gmail.com](mailto:Ega.ihyau@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian Honda CBR 150 R Facelift. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah membeli produk CBR 150 R Facelift di dealer CV. Fortuna motorindo Surabaya. Sampel dilakukan dengan metode metode penarikan sampel secara tidak acak (*non probability sampling*) dengan prosedur *purposive sampling*. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan 100 lembar kuesioner, yang kembali sebanyak 93 lembar, yang dapat di olah sebanyak 80 lembar dikarenakan yang 13 lembar tidak sah karena kuisisioner tidak terisi secara lengkap.

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang sangat memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Honda CBR 150 R Facelift melakukan keputusan pembelian karena produk yang bagus dan citra merek yang terkenal. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan dari responden terhadap indikator masing-masing variable penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya dapat diperoleh bahwa variabel kualitas produk, harga, promosi, kesadaran merek, citra merek, kepribadian merek dan popularitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Honda CBR 150 R Facelift di CV. Fortuna Motorindo Surabaya.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga, Promosi, merek, popularitas, dan keputusan pembelian.

#### ABSTRACT

*The purpose of this study is To determine the factors - factors that affect consumers in purchasing decisions Honda CBR 150 R Facelift. The population in this study are consumers who have purchased the product CBR 150 R Facelift at the CV dealer. Fortuna motorindo Surabaya. The sample was conducted by non-probability sampling method with purposive sampling procedure. In this study the researchers distributed 100 pieces of questionnaires, which returned as many as 93 pieces, which can be as much as 80 pieces due to the 13 pieces are not valid because the questionnaire is not filled completely. From the results of tests that have been done, in general, this study showed very satisfactory results.*

*Descriptive analysis results show that most consumers of Honda CBR 150 R Facelift make purchasing decisions because of good products and famous brand image. This can be indicated from the number of responses from respondents to indicators of each research variable. From these results further can be obtained that the variable quality of product, price, promotion, brand awareness, brand image, brand personality and popularity have a positive and significant influence on purchasing decision Honda CBR 150 R Facelift in CV. Fortuna Motorindo Surabaya. Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Brand, Popularity, and Purchase Decision.*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II. TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	10
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen .....	11
2.1.4 keputusan Pembelian.....	12
2.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen .....	14
2.2.1 Faktor Budaya.....	14
2.2.2 Faktor Sosial .....	15
2.2.3 Faktor Pribadi.....	17
2.2.4 Psikologis.....	19

2.3.1 Kualitas Produk.....	24
2.3.2 Harga (Price).....	27
2.3.3 Promosi (Promotion).....	30
2.3.4 Kesadaran Merek .....	33
2.3.5 Citra Merek .....	37
2.3.6 Kepribadian Merek .....	39
2.3.7 Popularitas.....	40
2.3.8 Keputusan Pembelian.....	41
2.4 Penelitian Terdahulu	
2.3.1.1 Hipotesis .....	29
2.3.1.2 Model Analisis.....	29

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1 Pendekatan Penelitian .....	30
3.2 Populasi dan Sampel .....	30
3.2.1 Populasi.....	30
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Identifikasi Variabel .....	31
3.4 Definisi Operasional .....	32
3.5 Jenis Data dan Sumber Data .....	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7 Validitas dan Reliabilitas .....	34
3.7.1 Uji Regresi Linier Berganda .....	35
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	36
3.7.3 Uji Hipotesis .....	36
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
3.7.3 Analisis <i>Adjusted R Square</i> (Fit Test Model Regresi).....	37
3.7.4 Uji Hipotesa 1 (uji simultan).....	38
3.7.5 Uji Hipotesa 2 (uji parsial).....	39
3.7.6 Uji Hipotesa 3 (uji dominan) .....	41

## **BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil Koperasi .....	41
4.1.1 Sejarah Koperasi .....	41
4.1.2 Visi dan Misi Koperasi .....	41
4.1.3 Struktur Organisasi .....	42
4.1.4 Tugas dan Tanggung Jawab .....	43
4.2 Deskriptif Hasil Penelitian .....	46
4.2.1 Deskripsi Identitas Responden.....	46
4.3 Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian.....	48
4.3.1 Penilaian Atas Masing-Masing Variabel .....	48
4.3.2 Deskripsi Mengenai Variabel Pemberian Insentif ( $X_1$ ) .....	49
4.3.3 Deskripsi Mengenai Variabel Motivasi ( $X_2$ ) .....	50
4.3.4 Deskripsi Mengenai Variabel Kinerja Karyawan (Y).....	52
4.4 Analisis Data .....	53
4.4.1 Uji Instrumen .....	53
4.4.1.1 Hasil Pengujian Validitas .....	53
4.4.1.2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	56
4.4.2 Uji Model .....	57
4.4.2.1 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda .....	57
4.4.2.2 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....	59
4.4.3 Hasil Pengujian Hipotesis .....	59
4.4.3.1 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	59
4.4.3.2 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t) .....	61
4.5 Pembahasan.....	65
<b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	67
5.2 Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Motor Sport 150 cc di Indonesia .....	3
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin responden.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Usia responden .....	46
Tabel 4.3 Karakteristik pendidikan terakhir responden .....	47
Tabel 4.4 Karakteristik status pernikahan responden .....	48
Tabel 4.5 Kategori Mean Masing-masing Variabel .....	49
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Variabel Pemberian Insentif ( $X_1$ )	49
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Variabel Motivasi ( $X_2$ ) .....	51
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Kinerja Karyawan (Y) .....	52
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Pemberian Insentif ( $X_1$ ).....	54
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Motivasi Kerja ( $X_2$ ).....	55
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Variabel kinerja karyawan (Y).....	55
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	57
Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji F.....	60
Tabel 4.14 Hasil Analisis Uji t.....	62
Tabel 4.15 Nilai <i>Standardized Coefficients Beta</i> .....	64

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Model Analisis .....	29
Gambar 3.1. Kurva Distribusi F .....	38
Gambar 3.2. Kurva Distribusi t .....	40
Gambar 4.1 Kurva Distribusi Uji F .....	61
Gambar 4.2. Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Pemberian Insentif ( $X_1$ ) Terhadap Kinerja Karyawan (Y) .....	68
Gambar 4.3. Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Motivasi Kerja ( $X_2$ ) Terhadap Kinerja Karyawan (Y) .....	69

**DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner  
Lampiran 2 : In Put SPSS  
Lampiran 3 : Out Put SPSS  
Lampiran 4 : Tabel F dan Tabel t

