

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK KONSUMEN
DENGAN ATRIBUT PRODUK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR MEREK HONDA SUPRA X 125 CC**

*The Correlation Analysis Between Consumer Characteristic With Product
Attributes on Honda Supra X 125 cc Motorbike Purchasing Decision*

SKRIPSI



Disusun oleh :

AGUS WIDODO
20040410169

FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2010

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK KONSUMEN
DENGAN ATRIBUT PRODUK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR MEREK HONDA SUPRA X 125 CC**

*The Correlation Analysis Between Consumer Characteristic With Product
Attributes on Honda Supra X 125 cc Motorbike Purchasing Decision*

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Disusun oleh :

AGUS WIDODO
20040410169

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2010**

SKRIPSI

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK KONSUMEN
DENGAN ATRIBUT PRODUK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR MEREK HONDA SUPRA X 125 CC**

*The Correlation Analysis Between Consumer Characteristic With Product
Attributes on Honda Supra X 125 cc Motorbike Purchasing Decision*

Diajukan oleh:

**AGUS WIDODO
20040410169**

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing I



Dra. Tri Maryati, M.M
NIK 143 028

Tanggal26-8-2010

SKRIPSI

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK KONSUMEN DENGAN ATRIBUT PRODUK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA SUPRA X 125 CC

*The Correlation Analysis Between Consumer Characteristic With Product
Attributes on Honda Supra X 125 cc Motorbike Purchasing Decision*

Diajukan oleh

AGUS WIDODO

20040410169

Skrripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 26 Oktober 2010

Yang terdiri dari

Dra. Hasnah Riniyati, M.Si.

Ketua Tim Penguji

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Dra. Tri Maryati, M.M.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, S.E., M.Si.

NIK: 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Agus Widodo

Nomor Mahasiswa : 20040410169

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : ” Analisis Hubungan Antara Karakteristik Konsumen dengan Atribut Produk dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Supra X 125 cc” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Agustus 2010

Agus Widodo

"Allah tidak akan membedani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"
(Qs Al-Baqarah: 286)

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan"
(Qs Al-Insyarah: 5)

"Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum, jika suatu kaum tidak mau merubahnya"
(Qs Ar-Ra'du: 11)

Berbertilah kepada mereka dengan penuh kerendahan diri dan ucapkanlah:
"Wahai TuhanKu ! Kasihanilah mereka keduanya
sebagaimana keduanya memeliharaku dengan penuh kasih
sayang waktu kecilku"
(Qs Al-Isro: 24)

MOTTO

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kehadirat ALLAH SWT,

kupersembahkan karya ini

untuk:

- 1. ALLAH SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayahnya.*
- 2. Kedua orang tuaku yang telah mendukungku*
- 3. Kakak-kakakku atas doanya*
- 4. Sahabat dan teman-teman seangkatan*
- 5. Almamaterku*

INTISARI

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Chuzaimah dan Sujadi yang berjudul Analisis Antara Atribut Konsumen Dengan Atribut Produk Dalam Keputusan Pembelian Buku di toko Buku Gramedia Surakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara karakteristik konsumen (jenis kelamin, usia, pendapatan, pekerjaan dan tingkat pendidikan) dengan atribut produk (kualitas, merek, kemasan dan harga). Metode pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor merek Supra X 125 cc yang berjumlah 100 orang. Data diperoleh melalui data primer dengan cara mengajukan kuesioner kepada responden. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis *chi-square* dan koefisien kontingensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara karakteristik konsumen (jenis kelamin, usia, penghasilan/bulan, pekerjaan dan pendidikan) dengan atribut produk (kualitas, merek, atribut fisik dan harga) dan atribut yang paling menentukan (paling kuat hubungannya) dalam keputusan membeli konsumen adalah pendidikan dan atribut fisik.

Kata kunci: hubungan, karakteristik konsumen, atribut produk

ABSTRACT

This research is replication from Chuzaimah and Sujadi research with the title is The Analysis Between Customer Characteristics with Product Attributes to Book's Purchase Decision in Gramedia's Book Store Surakarta . This research having a purpose to analyzing correlation between customer characteristics (gender, age, earning per month, job and education level) with product attributes (quality, brand, physical attribute and price). The sample collected using convenience sampling method. Responder in this research is customer who purchasing motor cycle with Supra X 125 cc brand's collected approximately to 100 people. Data obtained through primary data by sharing questionnaire to responder. Analyze data conducting by using chi-square analysis and coefficient contingency analysis.

Result of this research showing that get correlation between customer characteristics (gender, age, earning per month, job and education level) with product attributes (quality, brand, physical attribute and price) and attributes which very determining (strongest correlation) to customer purchasing decision is education and physical attribute.

Key words: relation, customer characteristic, product attribute

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada kami sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Hubungan Antara Karakteristik Konsumen dengan Atribut Produk dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Supra X 125 cc”.

Tugas akhir ini merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Ekonomi Strata 1 (S-1) pada Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini dari persiapan sampai terselesainya, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan segala keterbukaan dan kerelaan hati telah memberikan bimbingan, pengarahan, keterangan dan dorongan semangat yang begitu berarti. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dra. Tri Maryati, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.
2. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Kakak-kakakku yang telah bersedia membantu serta memberikan semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak, Ibu yang tak henti-hentinya mencurahkan kasih dan sayang serta memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materiil selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, Agustus 2010

Penulis

Agus Widodo

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Pengertian Pemasaran	6
B. Pengertian Perilaku Konsumen	7
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli	7

	D. Proses Keputusan Konsumen dalam Membeli	12
	E. Produk	13
	F. Hasil Penelitian Terdahulu	18
	G. Kerangka Pemikiran	20
BAB III	METODE PENELITIAN	21
	A. Obyek/Subyek Penelitian	21
	B. Jenis dan Sumber Data	21
	C. Teknik Pengambilan Sampel	21
	D. Teknik Pengumpulan Data	22
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	22
	F. Uji Kualitas Instrumen.....	25
	G. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	25
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
	A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	29
	B. Uji Kualitas Instrumen.....	30
	C. Analisis Karakteristik Responden	32
	D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	36
	E. Pembahasan	50
BAB V	KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	57
	A. Kesimpulan.....	57
	B. Saran	57
	C. Keterbatasan Penelitian	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	29
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas	30
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas	31
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	34
Tabel 4.7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	34
Tabel 4.8. Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan/Bulan	35
Tabel 4.9. Nilai Atribut Produk Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.10. Nilai Koefisien Kontingensi Atribut Produk Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.11. Nilai Atribut Produk Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.12. Nilai Koefisien Kontingensi Atribut Produk Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.13. Nilai Atribut Produk Berdasarkan Pendidikan	41
Tabel 4.14. Nilai Koefisien Kontingensi Atribut Produk Berdasarkan Pendidikan.....	43
Tabel 4.15. Nilai Atribut Produk Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.16. Nilai Koefisien Kontingensi Atribut Produk Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.17. Nilai Atribut Produk Berdasarkan Penghasilan/Bulan	46
Tabel 4.18. Nilai Koefisien Kontingensi Atribut Produk Berdasarkan Penghasilan/Bulan.....	48
Tabel 4.19. Keeratan dalam Melakukan Pembelian	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Hubungan Karakteristik Konsumen dengan Atribut Produk Dalam Keputusan Pembelian	20