

**PENGARUH EKSTERNAL DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA TIGER REVOLUTION
CRUISER DI KOTAMADYA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh

JOHAN
20020410117

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

**PENGARUH EKSTERNAL DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA TIGER REVOLUTION
CRUISER DI KOTAMADYA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh

**JOHAN
20020410117**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

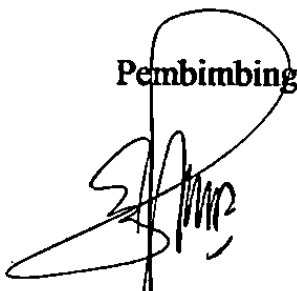
SKRIPSI
PENGARUH EKSTERNAL DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA TIGER REVOLUION CRUISER
DI KOTAMADYA YOGYAKARTA

Diajukan oleh

JOHAN
20020410117

Telah disetujui oleh

Pembimbing



Dra. Hasnah Rimivati SE, M.Si

Tanggal 30 Mei 2007

SKRIPSI
PENGARUH EKSTERNAL DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA TIGER REVOLUION CRUISER
DI KOTAMADYA YOGYAKARTA

Diajukan oleh:

JOHAN
20020410117

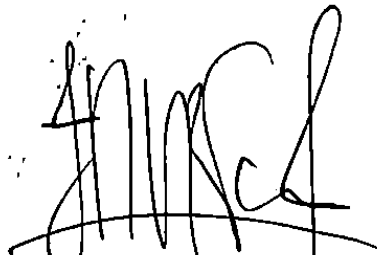
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 25 Juni 2007

Yang terdiri dari:


Dra. Hasnah Rimiati, SE, M.Si
Ketua Tim Penguji


Dra. Tri Marwati, M.M
Anggota Tim Penguji


Pagarwati, SE, M.Si
Anggota Tim Penguji

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis didalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Motto

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah kamu berharap"

(Qs Al-Inshirah : 6-8)

"Jika hubungan kita sudah baik sama Allah Swt, pasti hubungan kita sesama manusia pasti akan baik juga. Jika hubungan sesama manusia sudah baik belum tentu hubungan kita sama Allah Swt akan baik"

(Penulis)

"Semua doa pasti akan dikabulkan oleh Allah Swt, hanya saja apresiasinya kadang-kadang bisa berbeda dari yang diharapkan. Dan Allah Swt pasti memberi yang terbaik untuk hambanya, karena Allah maha mengetahui apa yang terbaik untuk umatnya "

(Penulis)

"Penghinaan terbesar terhadap harga diri dalam kehidupan ini adalah

Thanks To :

- ❖ Allah SWT yang telah memberikan karunia, rahmat, hidayah, dan ridhonya
- ❖ Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi semua umat dengan membawa dunia ini dari gelap gulita menjadi terang benderang, dengan ajaran pencerahan buat di akhirat kelak
- ❖ Ayah & Ibu (H. Zuhdi HZ & Hj Nurhasanah, H. Abdul Kadir & Hj Fauziah) yang telah membesarkan dan memberikan segala kasih sayangnya dan juga tak hentinya memberikan doa untukku
- ❖ My Family (Gut brhanoro-Siti Astyah SE, Latifah, Abd Rahman ST-Iti, Amrullah dan Nurhuda) terima kasih telah memberikan nasehat an dukungan
- ❖ Kepomakanaku (Ramdhanu-Havishti-Naswa) semoga besar nanti menjadi anak yang berbakti bagi ortu, agama dan bangsa
- ❖ Keluarga Besar Syarkawi (Bg Rajuli, Bg Irm, Bg Junai, Bg Wardik, dan Kak Ida) yang selalu memberi motivasi dan doa
- ❖ Adul Karim (Express) yang selalu setia menemani ortuku
- ❖ My best friend s Echsan-Ridha (awet ya boy), Ocoz-Ariz (Sayangku aku mencintai), Aaang Agil (Setelah 5 thn akhirnya Ira dapat meluhfkan hati Aaang), Nilam (Jgn cerwet aj), Ivan (Mandingnya Cepetan dong), Magly (Nyukri lo), Nia, Liza, Nala, Rox, leaf, Amaz (Cucu ne Si Mbah), Bogenk (Tampar), Icoy, Adit, Pak Lek Mahidub (Golek Bojo yo), Chigo, Arlex an Bogel (jual Roti Bakar lg yuk) an Teman" Keluarga Besar
- ❖ Management B 2002 yang telah memberikan dukungan an motivasi
- ❖ My best friend s in IRAPFEFTA (Getot-Citra=Yasmin, SpeX, Ancor, Eric-Festri (Akiur dong), Nay (Ilangin tuh Insomnia, uda hampir 5 tahun di Jggan (Puu doma) Mr Andi Mas Dab Icca n Dilar Cenerasi Telemika Masin

- ❖ *Teman in Tungkal (Alam, Jangek, Apek, Agung, Poltak, Walet dll)*
- ❖ *Community Angkringan an NasGor (Hamdan, Babe, Gobel, Udin, Badrun dll) yang telah memberikan subsidi*
- ❖ *Dan semua pihak yang tidak bisa disebutin satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan*

PENGARUH EKSTERNAL DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA TIGER REVOLUTION CRUISER DI KOTAMADYA YOGYA KARTA

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis variabel-variabel faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda Tiger Revolution Cruiser di Daerah Kotamadya Yogyakarta, serta mencari variabel yang paling dominan yang mempengaruhi dalam melakukan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor eksternal yang meliputi variabel kebudayaan, variabel kelas sosial, variabel kelompok referensi, dan variabel keluarga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Tiger Revolution Cruiser. Dan berdasarkan hasil uji regresi secara simultan menunjukkan bahwa variabel kebudayaan, variabel kelas sosial, variabel kelompok referensi, dan variabel keluarga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Tiger Revolution Cruiser . Dan dari hasil uji regresi secara parsial menunjukkan bahwa variabel kebudayaan, variabel kelas sosial, variabel kelompok referensi, dan variabel keluarga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Tiger Revolution Cruiser di Daerah Kotamadya Yogyakarta. Dari keempat variabel penelitian, ternyata variabel kebudayaan adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pada Honda Jazz di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci: Kebudayaan, Kelas Sosial, Kelompok Referensi, Keluarga, Keputusan Pembelian Honda Tiger Revolution Cruiser

**EXRERNAL INFLUENCE IN DECISION MAKING TO BUYING HONDA
TIGER REVOLUTION CRUISER MOTORCYCLE IN YOGYAKARTA
MUNICIPALITY TOWN**

ABSTRACT

The aim of this research are to know the external factor influence that decision buying of consumer at Honda Tiger Revolution Cruiser motorcycle in Yogyakarta Munipality Town, and also look for the most dominant variable influence the decision.

The finding of research indicated influence of a culture variable, a social class variable, a social reference variable, and a family variable has significant and positive influences toward decision to buy Honda Tiger Revolution Cruiser motorcycle in Yogyakarta Munipality Town. According to result of simultancity regression indicated that a culture variable, a social class variable, a social reference variable, and a family variable has significant and positive influences toward decision to buy Honda Tiger Revolution Cruiser motorcycle in Yogyakarta Munipality Town. According to result of partial regression indicated that a culture variable, a social class variable, a social reference variable, and a family variable has significant and positive influences toward decision to buy Honda Tiger Revolution Cruiser motorcycle in Yogyakarta Munipality Town From all variable of researched, in fact, culture variable class represent the most dominant variable influence the consumer decision buying at Honda Tiger Revolution Cruiser motorcycle in Yogyakarta Munipality Town

Keyword : Culture, Sosial Class, Reference, Family, Decision buying, Honda Tiger Revolution Cruiser Motorcycle.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah hirobil'amin segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Eksternal Dalam Pengambilan keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Tiger Revolution Cruiser di Kotamadya Yogyakarta”**. Dengan baik sekalipun berbagai rintangan menyertainya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada baginda tercinta Nabiullah Muhammad SAW yang telah membawa dunia ini dari kegelapan menjadi terang benderang dan yang telah membimbing kita dengan ajaran pencerahan, serta doa dan safa'atnya yang kita semua harapkan di akhirat kelak.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Drs. Misbachul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Yogyakarta.
2. Ibu Rita Kusumawati, SE.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan serta petunjuk kepada penulis.
3. Ibu Hasnah Rimiati, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan Tim Penguji. Yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran

4. Ibu Dra. Tri Mayati, M.M dan Fajarwati, SE. MSi, selaku tim penguji skripsi yang telah memberikan bimbingan kepada penulis
5. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendidik dan mengajari peneliti selama menempuh perkuliahan.
6. Ayah dan Ibu (H. Zuhdi Mardani-Hj Nurhasanah, H. Abdul Kadir-Hj Fauziah)serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
7. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga amal kebaikan dan segala bimbingan serta bantuan yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan dari Allah SWT, Amin.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang memelajarinya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	3
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Landasan Teori	6
1. Pengertian Demografi	6

2. Konsep Pemasaran	6
a. Orientasi Pada Konsumen	7
b. Penyusunan keinginan	
pemasaran secara integral (<i>Integral Marketing</i>)	7
c. Kepuasan Konsumen (<i>Consumer Satisfaction</i>)	8
3. Perilaku Konsumen	8
a. Konsep Perilaku Konsumen	8
b. Teori Perilaku Konsumen	10
4. Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
a. Kebudayaan	11
b. Kelas Sosial	12
c. Kelompok Refensi	13
d. Keluarga	14
5. Pengambilan Keputusan Pembelian	15
6. Proses Pembelian	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu	22
C. Hipotesis	23
D. Model Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Obyek/Subyek Penelitian	26
B. Jenis Data	26
C. Tehnik Pengambilan Sampel	26
D. Tehnik Pengumpulan Data	27

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
1. Definisi Variabel	27
2. Alat Ukur Variabel Penelitian dan Penentuan Skala	29
F. Uji Instrumen Penelitian	30
1. Uji Validitas.....	30
2. Uji Reliabilitas.....	30
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	31
1. Analisis Regresi Linier Berganda	31
2. Koefisien Determinasi (R^2).....	32
3. Uji Statistik F (F Test).....	32
4. Uji Statistik (Uji T).....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian	34
B. Uji Kualitas Instrumen	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas.....	40
C. Pembahasan.....	49
BAB V SIMPULAN SARAN dan KETERBATASAN PENELITIAN	53
A. Simpulan	53
B. Saran	54
C. Keterbatasan Penelitian	55

DAFTAR TABEL

4.1	Spesifikasi Produk Honda Tiger Revolution Cruiser.....	35
4.2	Jumlah Sampel dan Tingkat Pengambalian Kuesioner.....	36
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	37
4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan	38
4.6	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	38
4.7	Hasil Uji Validitas	40
4.8	Hasil Pengujian Uji Realibilitas.....	41
4.9	Distribusi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	42

DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Perilaku Konsumen	9
2.2	Model Penelitian	22