

ABSTRACT

PT. Yamaha Indonesia produces a wide range of motorcycle products to meet the transportation needs of the community at this time. *Yamaha Mio* products being one means of ground transportation options to simplify and speed up the mileage. There are several factors such as motivation, perceptions, and attitudes that could influence consumers in making purchasing decisions *Yamaha* motorcycles. Based on the background as well as phenomena that exist, the authors conducted research to determine how much influence the motivation, perception, and consumer attitudes towards product purchasing decisions *Yamaha* motorcycle at *Maranatha* Christian University Bandung. The result from 150 respondents indicated the perception, motivation, and attitudes affect consumer purchasing decisions.

Keywords: motivation, perceptions, attitudes purchasing decisions.

ABSTRAK

PT. Yamaha Indonesia memproduksi berbagai macam produk sepeda motor untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi pada saat ini. Produk Yamaha Mio Menjadi salah satu pilihan sarana transportasi darat untuk mempermudah dan mempercepat jarak tempuh. terdapat beberapa faktor seperti motivasi, persepsi, dan sikap yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Berdasarkan latar belakang serta fenomena yang ada, maka penulis mengadakan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Yamaha Mio di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Hasil penelitian pada 150 responden menunjukkan persepsi, motivasi dan sikap konsumen memengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: motivasi, persepsi, sikap, dan keputusan pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
<i>ABSTRAK</i>	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Pengertian Motivasi.....	10

2.1.2	Pengertian Persepsi.....	15
2.1.2.1	Proses Pembentukan Persepsi.....	18
2.1.3	Pengertian Sikap Konsumen.....	18
2.1.3.1	Fungsi Sikap.....	18
2.1.3.2	Komponen Sikap.....	19
2.1.3.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap.....	20
2.1.3.4	Pembentuk Sikap.....	21
2.1.4	Keputusan Pembelian	22
2.2	Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	34
3.2	Lokasi dan waktu Penelitian.....	34
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
3.3.1	Populasi.....	34
3.3.2	Sampel.....	35
3.4	Metode Pengambilan Sampel.....	35
3.5	Teknik Pengumpulan data.....	36
3.5.1	Prosedur Pengumpulan data.....	37
3.5.2	Skala Pengukuran.....	37
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	38
3.7	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	41

3.7.1	Validitas.....	41
3.7.2	Reliabilitas.....	48
3.8	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.2	Gambaran umum PT. Yamaha Indonesia.....	51
4.2	Karakteristik Responden.....	53
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	56
4.3	Pengujian Pengaruh Motivasi Konsumen (MOK), Persepsi Konsumen (PK), dan Sikap Konsumen (SK) pada Keputusan Pembelian (KP).....	57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	17
Gambar 2	Lima Tahap pada Proses Pembelian.....	23
Gambar 3	Tahap-tahap Antara Evaluasi, Alternatif, dan Keputusan Membeli..	27
Gambar 4	Bagan Kerangka Teori.....	33

DAFTAR TABEL

Tabel I	Tabel penjualan sepeda motor di Indonesia (dalam unit).....	3
Tabel II	Tabel penjualan sepeda motor skuter di Indonesia (dalam unit).....	4
Tabel III	Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel IV	KMO and Bartlett's Test Awal.....	42
Tabel V	Anti-Image Matrices (Correlation) Awal.....	43
Tabel VI	Rotated Component Matrix ^a Awal.....	44
Tabel VII	KMO and Bartlett's Test Akhir.....	45
Tabel VIII	Anti-Image Matrices (Correlation) Akhir.....	46
Tabel IX	Rotated Component Matrix ^a Akhir.....	47
Tabel X	Uji Reliabilitas Instrumen.....	49
Tabel XI	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel XII	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	55
Tabel XIII	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan.....	56
Tabel XIV	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pengeluaran.....	57
Tabel XV	Besar Pengaruh MOK, PK, SK pada KP.....	58
Tabel XVI	Uji Model Penelitian.....	59
Tabel XVII	Uji Pengaruh MV pada CB.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A

Lampiran B

Lampiran C

Lampiran D