



**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI
KUALITAS, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA N-MAX
(STUDI PADA DEALER YAMAHA MATARAM SAKTI KUDUS)**

Diajukan oleh :

MUHAMMAD ULIN NUHA

NIM. 2014-11-014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2018**

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI
KUALITAS, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA N-MAX
(STUDI PADA DEALER YAMAHA MATARAM SAKTI KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

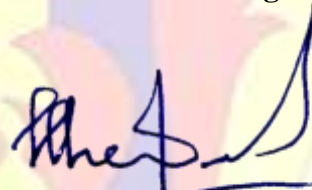
Tanggal 2018

Mengetahui
Ketua ProgDi



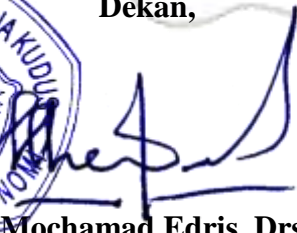
Agung Subono, SE, M.Si.
NIDN. 0520017602

Pembimbing I



Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.
NIDN. 0618066201

Mengetahui
Dekan,



Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Dr. Kertati Sunekar, SE. MM.
NIDN. 0616077304

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”
-Al Baqarah-

Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar.

-Q.S Ar-Rum: 60-

“Sebaik-baik kamu ialah orang yang belajar al-Qur'an dan mengajarkannya kepada orang lain”

-HR, Bukhari-

Persembahan :

1. Kedua orang tuaku tercinta dengan segala ridho-Nya.
2. Keluargaku yang telah memberikan do'a dan dukungan.
3. Sahabat karibku tersayang.
4. Almamater kebanggaanku.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini baik dan lancar. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Penulis menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan dan pemikiran selama berlangsungnya pengerjaan skripsi ini, yaitu

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus dan Dosen Pembimbing I.
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Dr. Kertati Sumekar, SE. MM., selaku selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap keluarga besar Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
5. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan do'a dan restu serta dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



Kudus,

2018

Penulis

MUHAMMAD ULIN NUHA

NIM. 2014-11-014

ABSTRAKSI

ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI KUALITAS, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA N-MAX (STUDI PADA DEALER YAMAHA MATARAM SAKTI KUDUS)

**MUHAMMAD ULIN NUHA
NIM. 2014-11-014**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE. MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Yamaha N-Max adalah fenomena dalam industri otomotif Indonesia yang merupakan sepeda motor terlaris ke enam di dalam negeri pada tahun 2017 (Kompas.com). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian Yamaha N-Max pada Dealer Yamaha Mataram Sakti.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap konsumen kelas bisnis PO. Muji Jaya Citra Mandiri dan dilakukan regresi menggunakan SPSS. Variable yang diajukan adalah tiga variable bebas dan satu variable terikat. Motivasi konsumen, persepsi kualitas dan sikap konsumen sebagai variable bebas sedangkan keputusan pembelian sebagai variable terikat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi konsumen, persepsi kualitas dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha N-Max pada Dealer Yamaha Mataram Sakti. Perusahaan perlu memperluas trend Yamaha N-Max di lingkungan masyarakat dan memberi pemahaman terhadap konsumen mengenai manfaat lebih yang akan didapatkan ketika memiliki Yamaha N-Max sehingga meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci: motivasi konsumen, persepsi kualitas, sikap konsumen dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

ANALYSIS OF EFFECT OF CONSUMER MOTIVATION, QUALITY PERCEPTION, AND CONSUMER ATTITUDE TO PURCHASE YAMAHA N-MAX DECISION

(STUDY ON DEALER YAMAHA MATARAM SAKTI KUDUS)

MUHAMMAD ULIN NUHA

NIM. 2014-11-014

Guidance Lecturer : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE. MM..

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT

Yamaha N-Max is a phenomenon in Indonesia's automotive industry which is the sixth best-selling motorcycle in the country by 2017 (Kompas.com). This study aims to examine the influence of consumer motivation, perceptions of quality and consumer attitudes towards the decision Yamaha N-Max purchase Yamaha Mataram Sakti Dealer.

This research was conducted by questionnaire method to consumer business class PO. Muji Jaya Citra Mandiri and regression using SPSS. The proposed variables are three independent variables and one dependent variable. Consumer motivation, perception of quality and consumer attitudes as independent variables while purchasing decisions as a dependent variable.

The results showed that the variables of consumer motivation, perception of quality and consumer attitudes have a positive and significant effect on the purchase decision of Yamaha N-Max on Dealer Yamaha Mataram Sakti. Companies need to expand the Yamaha N-Max trend in the community and give consumers insight into the benefits that will be gained when having Yamaha N-Max so as to improve purchasing decisions

Keywords: *consumer motivation, quality perceptions, consumer attitudes and purchasing decisions.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
4. ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	6
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Konsep Motivasi Konsumen	9
2.2. Konsep Persepsi Kualitas	11
2.3. Konsep Sikap Konsumen	14

2.4. Konsep Perilaku Pembelian dan Keputusan Membeli	17
2.5. Hubungan Antar Variabel	21
2.6. Penelitian Terdahulu.....	23
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
2.8. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1. Rancangan Penelitian	31
3.2. Variabel Penelitian	31
3.3. Jenis dan Sumber Data	34
3.4. Populasi dan Sampel.....	35
3.5. Metode Pengumpulan Data	36
3.6. Pengolahan Data	37
3.7. Uji Instrumen.....	38
3.8. Metode Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Penyajian Data.....	46
4.2. Analisis Data	51
4.3. Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran-saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1. Hasil Pengujian Validitas	40
Tabel 3.2. Hasil Pengujian Reliabilitas	41
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Umur	46
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Status Perkawinan	47
Tabel 4.4. Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Terakhir	48
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Motivasi Konsumen	49
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Persepsi Kualitas	49
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Sikap Konsumen	50
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel Keputusan Pembeli	51
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi	52
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Berganda (dengan signifikansi $\alpha = 5\%$)	55
Tabel 4.11. Nilai <i>Adjusted R Square</i>	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	29

