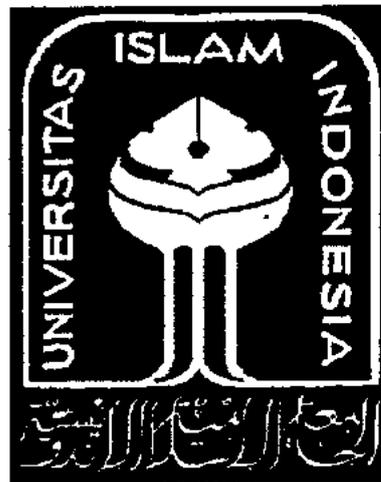


**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SECARA
CASH DAN CREDIT**

SKRIPSI



Disusun oleh :

HERIYADI

96211299

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2004**

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SECARA
CASH DAN CREDIT**

SKRIPSI

**Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian guna
Memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



Disusun oleh :

Nama : Heriyadi
Nomor mahasiswa : 96211299
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2004**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu 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 referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 31 Agustus 2004

Penulis,



Heriyadi

SKRIPSI

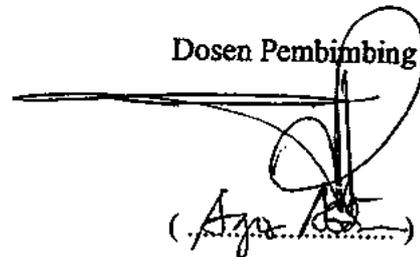
ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SECARA CASH DAN CREDIT

Telah diterima dan disetujui pada tanggal

..... 2004

Yogyakarta, 19.08 2004

Dosen Pembimbing



(Ayo K)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

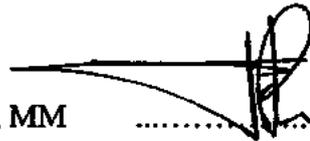
SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
SECARA TUNAI DAN ANGSURAN**

**Disusun Oleh: HERIYADI
Nomor mahasiswa: 96211299**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 12 Oktober 2004

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Agus Abdurrahman, MM

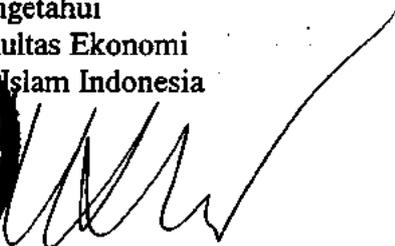


Penguji : Drs. Albari, M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Suwarsono, MA



Persembahan

Karya ini kupersembahkan kepada :

1. Alm.Ayahanda dan Ibunda tercinta
2. Saudara-saudariku tercinta
3. Almamater UII
4. Sahabat-sahabatku: Fany Agung

Al Azhar, Fahrul Sani Pelupesi.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Warohmatullahi Wabarokatuh

Segala puji syukur senantiasa tercurah kehadiran zat yang begitu agung Allah S.W.T., penguasa jagad raya yang telah memberikan limpahan kasih sayang, rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk menyelesaikan pendidikan program strata-1 (S1) pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari sepenuhnya manusia yang memiliki banyak kekurangan penulis berusaha mencurahkan segala kemampuan yang ada disertai do'a demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Namun demikian usaha penulis tidak terlepas dari bantuan bimbingan serta dorongan dari semua pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Agus Abdurachman, M.M., Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan mulai dari awal sampai akhir pada penulis, sehingga penulisan skripsi ini terselesaikan.
2. Bapak Drs. H. Suwarsono Muhammad, MA., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Drs. Albari, M.Si., Selaku dosen pembimbing akademik.
4. Bapak (Alm) dan Ibu, yang telah memberikan suatu pelajaran yang sangat berharga untuk kehidupan kelak serta do'a restu dan limpahan kasih

sayangnya sepanjang hidupku dan menyiapkan segalanya dengan penuh cinta-kasih untuk keberhasilan diriku.

5. Kakak dan Adikku, yang dengan setia selalu memberikan dukungan dan dorongan serta kasih sayang selama ini, kita harus bias mewujudkan cita-cita kita dan orang tua kita.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah banyak memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis.

Penulis hanya bisa mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan berdo'a semoga amal kebaikan tersebut kan mendapat pahala dan balasan yang setimpal dari Allah S.W.T.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Yogyakarta, Agustus 2004

Penulis



Heriyadi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Pengertian Perilaku Konsumen	8

B. Teori-teori Perilaku Konsumen	9
C. Model Perilaku Konsumen	10
D. Analisis Perilaku Konsumen	13
E. Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
F. Sikap dan Faktor yang Mempengaruhinya	23
G. Menilai Kebaikan dan Keburukan	24
H. Bentuk Pembelian Tunai dan Angsuran	26
I. Analisis Regresi Linear	27
J. Hipotesis	33
III. METODE PENELITIAN	34
A. Metode Dasar	34
B. Lokasi Penelitian	34
C. Penentuan Populasi dan Sampel	34
D. Jenis dan Cara Pengumpulan Data	35
E. Analisis Data	36
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Hasil Penelitian	44
1. Sikap Konsumen Terhadap Pembelian Tunai dan Angsuran	44
2. Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen	46
B. Pembahasan	54

V. KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Skala Bobot Atribut	36
Tabel 4.1. Contoh Perhitungan Indeks Sikap.....	44
Tabel 4.2. Rata-rata Nilai Indeks Sikap dan Interpretasi Sikap Konsumen Terhadap Pembelian Secara Tunai dan Angsuran	45
Tabel 4.3. Contoh Perhitungan Nilai Variabel Bebas (X)	47
Tabel 4.4. Hasil Analisis Regresi Linear untuk Sikap Konsumen pada Pembelian Tunai (cash)	49
Tabel 4.5. <i>Analisis of Variance</i> (ANOVA) pada Pembelian Tunai	50
Tabel 4.6. Interpretasi Hasil Uji t pada Pembelian Tunai	51
Tabel 4.7. Hasil Analisis Regresi Linear untuk Sikap Konsumen Pada Pembelian Angsuran (credit)	52
Tabel 4.8. <i>Analisis of Variance</i> (ANOVA) pada Pembelian Angsuran	53
Tabel 4.9. Interpretasi Hasil Uji t pada Pembelian Angsuran	53
Tabel 4.10. Deskripsi Sikap Konsumen pada Setiap Atribut	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Indeks Sikap pada Pembelian Secara Tunai (cash)

Lampiran 2. Indeks Sikap pada Pembelian Secara Angsuran (credit)

Lampiran 3. Penentuan Nilai Variabel Bebas

Lampiran 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 5. Daftar Pertanyaan (Kuisisioner) untuk Survei Data

ABSTRAK

HERIYADI. *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Pembelian Sepeda Motor Secara Cash dan Credit*. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta, 2004.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1. sikap konsumen terhadap bentuk pembelian sepeda motor secara tunai (cash) dan angsuran (credit), 2. faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap pembelian sepeda motor secara tunai dan angsuran, dan 3. faktor yang paling dominan mempengaruhi sikap konsumen terhadap bentuk pembelian sepeda motor secara tunai dan angsuran.

Penelitian menggunakan metode dasar *descriptive analysis* dan merupakan penelitian sampel. Populasi penelitian adalah masyarakat umum yang ada di wilayah Kotamadya Yogyakarta. Penentuan sample menggunakan metode *accidental* atau *convinience sampling* dengan jumlah sample sebanyak 90 sampel. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah : Analisis Indeks Sikap dan Analisis Regresi Linear Berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa konsumen memberikan sikap positif atau lebih menyukai bentuk pembelian sepeda motor secara tunai. Hal ini terlihat dari nilai indeks sikap pada pembelian tunai (3,79) lebih besar dari pada pembelian angsuran (3,51). Serta distribusi konsumen dimana 57,78 % menyukai pembelian tunai, 35,56 % menyukai pembelian angsuran, dan 6,66 % bersikap netral. Faktor pendapatan, pekerjaan, keluarga, dan kepribadian secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen baik pada pembelian tunai maupun angsuran, tetapi secara individual (parsial), faktor kepribadian berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen pada pembelian secara tunai sedangkan pada pembelian secara angsuran, keempat factor tersebut tidak berpengaruh signifikan. Faktor yang paling besar (dominan) mempengaruhi sikap konsumen dalam pembelian sepeda motor secara tunai maupun angsuran adalah kepribadian dengan proporsi relatif sebesar 66,924 % pada pembelian tunai dan 55,916 % pada pembelian angsuran.