

**Analisis Motivasi Konsumen Mahasiswa di Yogyakarta
Dalam Memilih Komputer Rakitan**

Nama : Muhtiar Harun Setyadi
Nomor Mahasiswa : 00311406
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 2 Desember 2005
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,



Drs. H. Sumadi, M.Si.

HALAMAN MOTTO

❖ *Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.*

(Q.S Alam Nasyrat : 6)

❖ *Manusia yang berakal ialah manusia yang suka menerima nasehat dan meminta nasehat.*

(Umar Bin Khatab)

❖ *Barang siapa yang tidak pernah merasakan sakit, tidak pula merasa bahagia.*

(R.A. Kartini)

❖ *Apa yang kamu yakini sebagai sebuah kebenaran mungkin bukanlah sebuah kebenaran buat yang lainnya.*

(Penulis)

❖ *Janganlah kamu pernah merasa berada di atas, karena sebenarnya di atas langit masih ada langit.*

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Seiring rasa syukur kehadiran Allah SWT, maka skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ❖ Ayah dan ibu tercinta yang tak pernah lepas dari doa dan kasih sayangnya dalam mengiringi setiap langkahku.
- ❖ Kakak-kakaku tersayang yang selalu mendukungku.
- ❖ Seseorang yang selalu ada dalam hatiku, terima kasih atas kasih sayang dan perhatiannya.
- ❖ Rekan-rekanku semua.

5. Ayah dan ibuku tercinta yang tidak pernah henti-hentinya mendoakan dan memberikan dukungan serta memberikan kasih sayangnya.
6. Kedua kakakku tercinta dan keluargaku yang selalu mendukungku.
7. Donet yang selalu ada dalam hatiku, terima kasih atas kasih sayang dan perhatiannya.
8. Teman-teman Mahasiswa di Yogyakarta yang memilih komputer rakitan dan bersedia membantu penulis.
9. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, yang telah mendidik dan membimbing penulis selama menuntut ilmu di Universitas Islam Indonesia.
10. Keluarga keduaku di Jogja, teman-teman kos yang telah memberikan warna dalam hidupku dan teman-teman Manajemen Angkatan 2000 serta sahabat-sahabatku di 5 kota (Gresik, Malang, Jogja, Bandung, dan Jakarta) “selamanya kita bersama”.

Akhir kata penulis berharap, semoga laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya kepada kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 2 Desember 2005

(Muhtiar Harun Setyadi)
00311406

e. Distribusi

Distribusi adalah kegiatan untuk menyalurkan suatu produk agar sampai ke tangan konsumen.

Kemudahan dalam memperoleh produk komputer rakitan dikarenakan hampir semua toko komputer menawarkan produk komputer rakitan juga merupakan salah satu faktor yang mendorong konsumen mahasiswa untuk memilih komputer rakitan.

3. Penggolongan responden hanya dibatasi pada 2 karakteristik saja, yaitu :

a. Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

b. Uang Saku/Penghasilan

- Kurang dari Rp 500.000
- Rp 500.000 – Rp 1.000.000
- Lebih dari Rp 1.000.000

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui motivasi-motivasi yang mempengaruhi mahasiswa di Yogyakarta dalam memilih komputer rakitan.
2. Untuk mengetahui motivasi yang paling dominan mempengaruhi mahasiswa di Yogyakarta dalam memilih komputer rakitan.

3. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan motivasi mahasiswa di Yogyakarta berdasarkan karakteristik uang saku/penghasilan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memperdalam ilmu pemasaran baik itu secara teoritis maupun praktek melalui penelitian dimana ilmu tersebut diterapkan, khususnya tentang motivasi dan perilaku konsumen.

2. Bagi pihak toko komputer

Dengan adanya penelitian ini, peneliti diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak toko komputer mengenai motivasi mahasiswa dalam memilih komputer rakitan sehingga pihak toko komputer akan mudah untuk melakukan penyempurnaan usahanya.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan informasi bagi penelitian lain yang masih ada hubungannya dengan masalah motivasi.

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu dugaan atau kesimpulan awal yang sifatnya masih sementara dan akan dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Variabel harga merupakan motivasi konsumen mahasiswa di Yogyakarta yang paling dominan dalam memilih komputer rakitan.
2. Ada perbedaan motivasi konsumen mahasiswa di Yogyakarta dalam memilih komputer rakitan berdasarkan uang saku/penghasilan.

Tabel 3.8
Hasil Analisis dengan *Two Way Anova*

Variasi	SS	df.	MSS	Fc
Baris	SSR	(r-1)	$S^2_1 = \frac{SSR}{r-1} = MSSR$	$F_{c1} = \frac{S^2_1}{S^2_3} = \frac{MSSR}{MSSE}$
Kolom	SSC	(c-1)	$S^2_2 = \frac{SSC}{c-1} = MSSC$	$F_{c2} = \frac{S^2_2}{S^2_3} = \frac{MSSC}{MSSE}$
Error	SSE	(r-1)(c-1)	$S^2_3 = \frac{SSE}{(r-1)(c-1)} = MSSE$	
Total SST (r.c-1)				

Keterangan¹⁴⁾:

SS = Sum of Squares

df = degree of freedom (derajat kebebasan)

MSS = Mean Square

Fc = F hitung

Kriteria pengujian hipotesis:

Ho ditolak (berarti ada perbedaan motivasi konsumen mahasiswa di Yogyakarta dalam memilih komputer rakitan berdasarkan uang saku/penghasilan) jika signifikansi $F_{hitung} \leq 0,05$. Sebaliknya Ho diterima (berarti tidak ada perbedaan motivasi konsumen mahasiswa di Yogyakarta dalam memilih komputer rakitan berdasarkan uang saku/penghasilan) jika signifikansi $F_{hitung} > 0,05$.

¹⁴⁾ Samsubar Saleh, *Statistik Induktif*, Edisi I, Cetakan Kedua, UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 1996, hal 330.

adalah sebesar 1,702 dengan signifikansi 0,242. Dengan demikian motivasi konsumen mahasiswa di Yogyakarta dalam memilih komputer rakitan menurut variabel motivasi tidak signifikan pada derajat 5% atau 1% atau tidak ada perbedaan motivasi konsumen mahasiswa di Yogyakarta dalam memilih komputer rakitan menurut variabel motivasi. Hal ini disebabkan karena signifikansi F hitung lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,242 (H_0 diterima dan H_a ditolak).

Dari hasil perhitungan analisis *one way anova* dan *two way anova* di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan motivasi konsumen mahasiswa di Yogyakarta dalam memilih komputer rakitan berdasarkan uang saku/penghasilan.

Jadi, hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa ada perbedaan motivasi konsumen mahasiswa di Yogyakarta dalam memilih komputer rakitan berdasarkan uang saku/penghasilan adalah terbukti.