

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT Skripsi ini kupersembahkan kepada :

Allah SWT, Tuhan Azza Wa zala yang telah menciptakan dan memberiku nafas sehingga aku hidup sampai saat ini. Semoga hidupku menjadi rahmatan lil alamin.

Bapak Mudjianto dan Ibu Suyati, Kedua Orang tuaku tercinta, Ibu tersayang yang telah sabar membesarkanku, merawatku, dan selalu mendoakan serta memberikan semangat kepada diriku. Bapak tercinta yang selalu membantuku, melindungiku dan menjadi tauladan bagiku, semoga segala kebaikan bapak dan ibu mendapatkan pahala dari-Nya. Amien.

Sumarno, Kakaku yang selalu kuharapkan kedewasaannya. Mas berusahalah untuk memberikan yang terbaik bagi keluarga.

Tri Rahayu Ningsih dan Rismantono, kedua adikku tersayang, yang selalu membuat hari-hariku bahagia dan yang selalu bikin aku melupakan sejenak kepenatan hidup. Keceriaan kalian membuatku tahu akan tujuan hidup.

Diriku Sendiri, Mencintai dan mengasihani diri sendiri itu penting sebelum kita mencintai dan mengasihani orang lain. Artinya bersyukurlah atas apa yang telah Allah SWT berikan pada diri ini.

ABSTRACT

Penelitian ini mengambil judul “Analisis Minat Beli Konsumen Motor Bebek Otomatis Honda Vario Di Kotamadya Yogyakarta Ditinjau dari Pengaruh Referen dan Sikapnya Setelah Melihat Iklan Di Televisi”. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi ada tidaknya pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap minat beli konsumen terhadap motor bebek otomatis Honda Vario setelah melihat iklan produk tersebut di televisi. Penelitian ini menggunakan model Reasoned Action Theory dari Fishbein dan Ajzen dimana minat (BI) untuk membeli dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu variabel sikap (Ab) dan norma subyektif (SN). Variabel sikap dapat diukur dari besarnya keyakinan dan evaluasi atas keyakinan, sedangkan norma subyektif dapat diukur dari besarnya nilai keyakinan normatif dan motivasi.

Populasi penelitian adalah konsumen potensial yang sudah pernah melihat iklan motor bebek otomatis Honda Vario. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan mengedarkan dua macam angket dan dilakukan secara convenience sampling, area random sampling dan accidental sampling. Angket pertama digunakan untuk mengidentifikasi atribut-atribut dari motor bebek otomatis dan orang lain yang dianggap oleh konsumen potensial. Sedangkan angket kedua yang disebar di tiga kecamatan yaitu Kec. Kota Gede, Kec. Gondomanan, dan Kec. Umbulharjo Kotamadya Yogyakarta, digunakan untuk memperoleh data yang kemudian akan dianalisis untuk kepentingan pembuktian hipotesis yang telah ditetapkan. Hipotesis diuji dengan rata-rata hitung dan analisis regresi linear berganda yang dikuatkan dengan uji-t dan uji-F pada taraf signifikansi 5%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 13 atribut manfaat produk motor bebek otomatis dan lima kelompok referen relevan dijadikan sebagai dasar analisis. Berdasarkan hasil uji rata-rata minat, keluarga merupakan referen yang dominan mempengaruhi norma subyektif. Dari hasil analisis regresi linear berganda dibuktikan bahwa ada pengaruh positif dari keyakinan dan evaluasi terhadap sikap konsumen. Begitu pula dengan keyakinan normatif dan motivasi memiliki pengaruh positif terhadap norma subyektif konsumen. Sedangkan minat beli konsumen terhadap motor bebek otomatis Honda Vario hanya dipengaruhi secara positif oleh sikap konsumen, dan tidak memiliki pengaruh positif dari norma subyektif tetapi jika diuji secara bersama-sama sikap dan norma subyektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk membeli motor bebek otomatis Honda Vario.

Keywords: Sikap, Norma Subyektif, Minat Beli, Reasoned Action Theory

10. Mas Wawan dan Mba Ervin, Mama-nya mba Ervin, Yogi, Yoga, Eko, Yorga, Denny, dan si cantik Yasmin, kalian keluarga baruku di Yogya, terima kasih atas doanya, kalian dah menghiburku waktu kesepian.
11. Ibu dan Bapak, serta temen-temen kos dalem songo yang cantiq-cantiq (Liza, Icha, mba Yanie, Mery, Tyas, Dian, dan Ratna). Teman – teman kos putri dianie (Ulan, Pipit, Khotim, Hilda, Nanan, Kak Tatat, Vivi, dan Limah).
12. Teman-teman kelas F angkatan 2003, (Rian, Rifki, Jamal, Firman, Ian, Ipunk, Fachri, Fa’i, Andri, Farid, Indra, Reza, Dedy, Dwie, Jajang, Bayu, Musodiq, Desta, Della, Nisya, Hilda, Fara, dkk.) terima kasih atas *supportnya*, penulis berharap tetap bisa berkumpul selamanya.
13. Dan semua orang yang ada disekelilingku, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini maupun orang yang telah menghiasi perjalanan hidupku sekarang maupun yang akan datang.

Penulis sadar, skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kekurangan. Semoga skripsi dapat bermanfaat untuk kita semua.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, April 2007

Penulis

Sri Anjayani

3. Untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh positif dari keyakinan normatif dan motivasi terhadap norma subyektif konsumen dalam membeli motor bebek otomatis Honda Vario.
4. Untuk menetapkan referen manakah yang memberi sumbangan paling dominan pada keyakinan normatif dan motivasi konsumen untuk mengikuti sebagai komponen pembentuk norma subyektif.
5. Untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh minat dengan sikap terhadap norma subyektif konsumen dalam membeli motor bebek otomatis Honda Vario.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti, merupakan kesempatan untuk menerapkan disiplin ilmu yang di dapat selama di bangku kuliah dan menambah wawasan tentang masalah yang terjadi secara nyata di suatu lingkungan tertentu, khususnya masalah yang berhubungan dengan perilaku konsumen.
2. Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan-masukan yang akan menjadi bahan dalam menentukan dan memperbaiki cara penyampaian iklan agar lebih baik.
3. Bagi civitas akademika, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai ilmu manajemen pemasaran sehingga diharapkan dapat menjadi literatur untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan topik dalam penelitian.

3) Motivasi

Adalah dorongan atau rangsangan dari diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan tertentu.

Motif yang mendasari suatu tujuan dapat dibedakan menjadi:

- a). kebutuhan biologis (*Physiological needs*)
- b). kebutuhan rasa aman (*Safety needs*)
- c). kebutuhan sosial (*social needs*)
- d). kebutuhan akan harga diri (*Esteem needs*)
- e). kebutuhan untuk berbuat yang lebih baik (*self actualization*)

4) Pengamatan

Merupakan suatu proses dimana manusia menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungan.

5) Belajar

Belajar dapat didefinisikan sebagai perubahan-perubahan sikap yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman.

6) Kepribadian dan konsep diri

Merupakan suatu pola individu yang mana dapat menentukan tanggapan serta cara untuk bertindak laku yang cukup konsisten sehingga dapat dilihat serta dijelaskan oleh orang lain, dari sikap inilah yang sangat berpengaruh bagi seseorang.

Hasil uji validitas atas keyakinan normatif terhadap motor bebek otomatis Honda Vario dapat dilihat dalam tabel 3.5 berikut ini :

Tabel 3.5.
Hasil Uji Validitas Instrumen Keyakinan Normatif Terhadap Honda Vario

Variabel	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Saran Keluarga	0,894	0,000	Valid
Saran Teman Dekat	0,748	0,000	Valid
Saran Rekan Kerja	0,774	0,000	Valid
Saran Ahli motor/Montir	0,681	0,000	Valid
Saran Sales/Dealer	0,480	0,007	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2007.

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa uji validitas pada variabel keyakinan normatif terhadap motor bebek otomatis Honda Vario menghasilkan nilai *Signifikansi* berkisar antara 0,000 sampai dengan 0,007. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel ini sudah valid, karena nilai *Signifikansi*-nya lebih kecil dari 0,05.

Hasil uji validitas atas motivasi untuk membeli motor bebek otomatis dapat dilihat dalam tabel 3.6 berikut ini :

Tabel 3.6.
Hasil Uji Validitas Instrumen Motivasi

Variabel	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Saran Keluarga	0,921	0,000	Valid
Saran Teman Dekat	0,789	0,000	Valid
Saran Rekan Kerja	0,686	0,000	Valid
Saran Ahli motor/Montir	0,767	0,000	Valid
Saran Sales/Dealer	0,725	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2007.

Tabel 4.13.
Hasil Persamaan Regresi Linear
(untuk keyakinan normatif dan motivasi terhadap norma subyektif
pada Honda Vario)

Norma Subyektif (SN)	Koefisien Keyakinan Normatif (NBj)	Koefisien Motivasi (MCj)	r^2/R^2
Keluarga			
1	0,945	-	0,379
2	-	1,015	0,476
3	-0,053*	1,062	0,476
Teman dekat			
1	0,939	-	0,444
2	-	0,817	0,340
3	0,926	0,015*	0,444
Rekan kerja			
1	0,142*	-	0,035*
2	-	0,198	0,068
3	-0,454*	0,633	0,103
Ahli motor/Montir			
1	0,484	-	0,206
2	-	0,456	0,196
3	0,327*	0,165*	0,458
Salles/Dealer			
1	0,732	-	0,337
2	-	0,691	0,319
3	0,464	0,300*	0,352

Sumber : Data primer diolah, 2007.

* : taraf signifikan (p) > 5%

Dari tabel 4.13 dapat dilihat bahwa referen keluarga memiliki pengaruh signifikan yang paling tinggi yaitu sebesar 47,6 % terhadap norma subyektif jika diuji secara bersama-sama. Berikut merupakan hasil probabilitas dari semua referen pada motor bebek otomatis Honda Vario :

- Probabilitas keyakinan normatif atas referen-referen (r^2) lebih kecil dari 5 % yang berarti H_0 ditolak (kecuali untuk referen rekan kerja).

- Probabilitas motivasi untuk semua referen (r^2) lebih kecil dari 5 % yang berarti H_0 ditolak.
- Probabilitas keyakinan normatif dan motivasi untuk semua referen (R^2) lebih kecil dari 5 % yang berarti H_0 ditolak.

Dapat disimpulkan bahwa variabel keyakinan normatif atas referen-referen yang ada dapat mempengaruhi norma subyektif konsumen terhadap motor bebek otomatis Honda Vario, kecuali untuk referen rekan kerja. Dan variabel motivasi atas semua referen berpengaruh terhadap norma subyektif konsumen. Keyakinan normatif dan motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap norma subyektif untuk semua referen yang ada jika diuji secara bersama-sama.

Berikut merupakan ringkasan hasil perhitungan regresi untuk sikap dan norma subyektif terhadap minat konsumen dalam membeli motor bebek otomatis Honda Vario :

Tabel 4.14.

**Hasil Persamaan Regresi Linear
(untuk sikap dan norma subyektif terhadap minat beli pada Honda Vario)**

Minat (BI)	Sikap (Ab)	Norma Subyektif (SN)	r^2 / R^2
Honda Vario			
1	1,411	-	0,419
2	-	0,105*	0,008*
3	1,407	0,026*	0,419

Sumber : Data primer diolah, 2007.

* : taraf signifikan (p) > 5%

dari 5%, maka hipotesis ketiga disimpulkan untuk ditolak. Artinya tidak ada pengaruh positif norma subyektif terhadap minat konsumen untuk membeli motor bebek otomatis Honda Vario. Begitu pula jika diuji secara bersama-sama, maka terlihat norma subyektif memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 5%, sehingga hipotesis ketiga ditolak.

Secara umum hasil penelitian menunjukkan meskipun tidak ada pengaruh positif atas norma subyektif terhadap minat konsumen, tetapi sikap tetap memiliki pengaruh yang positif terhadap minat konsumen untuk membeli motor bebek otomatis Honda Vario baik itu sikap konsumen yang diuji sendiri atas motor bebek otomatis Honda Vario maupun setelah dilakukan pengujian secara bersama-sama dengan norma subyektif. Sikap konsumen tetap menunjukkan nilai koefisien positif dan nilai signifikansi di bawah 5%.

Pada umumnya pemasar cenderung lebih memperhatikan perilaku nyata konsumen, khususnya perilaku pembelian mereka. Oleh karena itu, tidak heran jika sejumlah besar riset mencoba membangun hubungan antara sikap dan perilaku (Peter dan Olson, 1999). Dari hasil yang ditunjukkan tersebut perusahaan dapat menjadikannya sebagai tolok ukur dalam memasarkan produk motor bebek otomatis Honda Vario maupun produk-produk lainnya. Dengan demikian perusahaan dapat memeriksa apakah suatu produk pantas mendapatkan peluang untuk masuk ke dalam pasar percobaan dengan lebih dahulu mempertimbangkan sikap konsumen terhadap produk tersebut.

dalam penggunaan. Keluarga merupakan referen yang dominan mempengaruhi norma subyektif.

4. Variabel sikap berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada motor bebek otomatis Honda Vario. Sedangkan dari hasil perhitungan uji F, variabel norma subyektif tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen. Tetapi jika diuji secara bersama-sama, sikap dan norma subyektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk membeli motor bebek otomatis Honda Vario.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis :

1. Dengan tidak ada pengaruh positif dari norma subyektif secara individual terhadap minat konsumen untuk membeli motor bebek otomatis Honda Vario memberi petunjuk bahwa apabila produsen dalam memasarkan produk mengacu *Reasoned Action Model*, mereka perlu berusaha dengan sungguh-sungguh untuk meningkatkan lebih baik lagi norma subyektif konsumen yang lebih mengarah dan dapat berguna untuk mendukung minat beli konsumen. Meskipun sikap sudah berpengaruh positif tetapi persentasenya masih kecil yaitu hanya 41,9%. Perusahaan juga dapat menjadikannya sebagai acuan untuk memperbaiki dan meningkatkan atribut manfaat produk yang lainnya. Selanjutnya perusahaan dapat pula melakukan program khusus

- “getok tular” (WOM) yang dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap motor bebek otomatis Honda Vario.
2. Perusahaan motor bebek otomatis Honda Vario sebaiknya lebih meningkatkan lagi atribut manfaat produk seperti pilihan warna dan praktis penggunaan yang merupakan kelebihan dan ciri khas dari produk tersebut. Selain itu perusahaan harus memperbaiki dan memperbaharui atribut manfaat produk lainnya agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen, dan juga harus dapat meningkatkan kualitas produknya sehingga konsumen akan selalu memiliki sikap yang positif terhadap motor bebek otomatis Honda Vario.
 3. Untuk meningkatkan minat konsumen dalam membeli motor bebek otomatis Honda Vario, sebaiknya perusahaan harus lebih intensif dalam mengiklankan produknya, yaitu dengan meningkatkan frekuensi penayangan iklan di televisi agar konsumen lebih sering melihat iklan tersebut sehingga dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli motor bebek otomatis Honda Vario. Iklan tersebut sebaiknya juga dilatari oleh konsep keluarga, karena dari hasil penelitian ini keluarga merupakan referen yang dominan mempengaruhi norma subyektif.

Angket II

Analisis Minat Beli Motor Bebek Otomatis Honda Vario Di Kotamadya Yogyakarta Ditinjau dari Pengaruh Referen dan Sikapnya Setelah Melihat Iklan Di Televisi

Kepada Yth.

Saudara Responden Penelitian

Di tempat

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang sedang menyusun skripsi dengan judul “Analisis Minat Beli Motor Bebek Otomatis Honda Vario Di Kotamadya Yogyakarta Ditinjau dari Pengaruh Referen dan Sikapnya Setelah Melihat Iklan Di Televisi”. Untuk kepentingan penyusunan tersebut, saya melakukan penelitian dengan menyebar kuisisioner. Oleh karena itu saya mengharapkan kiranya Saudara bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner yang terlampir.

Adapun tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk mengembangkan keilmuan dan dalam rangka memperoleh gelar kesarjanaan di FE Universitas Islam Indonesia. Atas kerjasama dan kesediaannya dalam mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Sri Anjayani