

**PENGARUH PERSEPSI GENDER DAN PERSEPSI USIA KONSUMEN
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR MATIC YAMAHA MIO J**

SKRIPSI

Nama : YUNITA PURNAMASARI

N I M : 43109010015



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2014

**PENGARUH PERSEPSI GENDER DAN PERSEPSI USIA KONSUMEN
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR MATIC YAMAHA MIO J**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Stara 1

OLEH

Nama : YUNITA PURNAMASARI

N I M : 43109010015



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2014

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yunita Purnamasari

NIM : 43109010015

Program Studi : Manajemen S-1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi apabila terbukti plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Juni 2014



Yunita Purnamasari

NIM: 43109010015

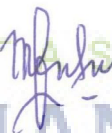
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yunita Purnamasari
NIM : 43109010015
Program Studi : Manajemen S-1
Judul Skripsi : Pengaruh persepsi gender dan persepsi usia
konsumen terhadap proses keputusan pembelian
motor matic Yamaha Mio J
Tanggal Ujian Skripsi : 15 Juli 2014

Disahkan oleh :

Pembimbing

Ketua Dewan Penguji



Dr. Yuli Harwani, MM

Mafizatun Nurhayati, SE., MM

Tanggal : 22/7/14.

Tanggal : 22 Juli 2014

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S-1



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak, M.S, CA

Dr. Rina Astini, SE, MM

Tanggal : 4-8-2014

Tanggal : 4/8 2014

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayahnya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Gender dan Persepsi Usia Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian Motor Matic Yamaha Mio J” yang dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Mercu Buana dan untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka menyelesaikan Program Sarjana **Strata 1** (S1) pada Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini memerlukan ketekunan dan kesabaran dengan segala kemampuan yang ada dalam penyusunannya tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Namun manusia tidak luput dari kesalahan, sehingga penulis pun menyadari bahwasanya penulisan skripsi ini masih belum sempurna. Karena kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT untuk itu penulis skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak yang selama ini telah meluangkan waktu dan tenaganya . oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca agar penelitian ini dapat lebih sempurna.

Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan penelitian ini, yaitu:

1. Dr.ir. Ariessetyanto Nugroho MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dra. Yuli Harwani, MM, selaku dosen pembimbing skripsi saya yang dengan sabar mengarahkan dan memberikan pemikiran dan masukan yang sangat berarti, serta dorongan bagi saya untuk dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
3. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak, M.S,CA selaku Dekan Fakultas Universitas Mercu Buana.
4. Arief Bowo Prayoga K.,SE,MM selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
5. Dr. Rina Astini, SE, MM selaku ketua jurusan Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.
6. Pimpinan seluruh staff serta para dosen yang telah membantu pelaksanaan kegiatan perkuliahan dan administrasi.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah khasanah ilmu pengetahuan bagi kita semua. Amin ya Rabbal a'lam.

Akhir kata penulis mengucapkan alhamdulillahirabbil'amin.

Jakarta, 30 Juni 2014

Yunita Purnamasari

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DARTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Batasan masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian	5
I. Tujuan Penelitian	5
II. Kontribusi Penelitian Kebijakan	5
III. Kontribusi Praktik	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	7
A. Pengertian Pemasaran	7
1. Gender	8

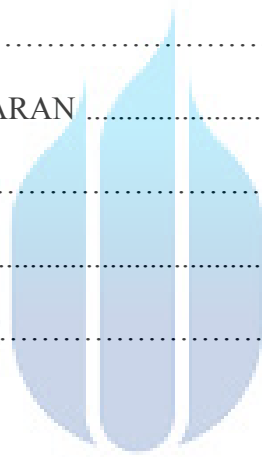
a. Persepsi Gender Konsumen Pria.....	9
b. Persepsi Gender Konsumen Wanita	9
2. Usia.....	11
a. Usia Anak.....	11
b. Usia Remaja.....	14
c. Usia Dewasa.....	14
d. Usia Lanjut.....	14
3. Perilaku Konsumen	15
a. Jenis Perilaku Pembelian	16
Empat Tipe Perilaku Pembelian	16
1. Perilaku Pembelian Kompleks	17
2. Perilaku Pembelian Mencari Keragaman	17
3. Pembelian Pengurangan Disonansi	18
4. Perilaku Pembelian Kebiasaan	19
4. Keputusan Pembelian	19
Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	20
a. Faktor Budaya	20
b. Faktor Sosial	21
1) Kelompok Acuan	21
2) Keluarga	22
3) Peran dan Status	22
c. Pribadi	23
1) Usia dan Siklus Hidup Keluarga	23

2) Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi.....	23
3) Gaya Hidup.....	23
4) Kepribadian.....	24
d. Psikologis.....	25
1) Motivasi.....	25
2) Persepsi.....	26
a. Perhatian Selektif.....	26
b. Distorsi Selektif.....	27
c. Ingatan Selektif.....	27
3) Pembelajaran.....	28
4) Keyakinan dan Sikap.....	28
Tahapan proses-proses pengambilan keputusan.....	29
1. Pengenalan Masalah.....	30
2. Pencarian Informasi.....	30
a. Pencarian Internal.....	31
b. Pencarian Eksternal.....	32
3. Evaluasi Alternatif.....	32
4. Keputusan Pembelian.....	33
1) Faktor pertama adalah pendirian orang lain	33
2) Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak diantisipasi.....	33
Tahap-Tahap Dalam Pengambilan Keputusan.....	33
a. Tahap Masukan (<i>Input</i>).....	34
b. Tahap Proses	34

c. Tahap Keluaran (<i>Output</i>)	35
5. Perilaku Setelah Pembelian	35
Penelitian Sebelumnya	36
B. Kerangka Pemikiran	37
C. Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
B. Gambaran Umum	39
C. Desain Penelitian	40
D. Definisi dan Operasional Variabel	40
Definisi Operasional Variabel, Dimensi dan Indikator	42
E. Variabel dan Skala Pengukuran	44
1. Variabel.....	44
a. Variabel Bebas.....	44
b. Variabel Terikat.....	44
2. Skala Pengukuran.....	44
F. Populasi dan Sampel Penelitian	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel.....	46
G. Metode atau Teknik Pengumpulan Data	48
Jenis Data.....	48
H. Uji Kualitas	49
1. Uji Validitas.....	49

2. Uji Reliabilitas	50
I. Metode Analisis Data	50
1. Uji Normalitas	51
2. Uji Asumsi Klasik	51
a. Uji Autokolerasi	51
b. Uji Heterokedastisitas	52
c. Uji Multikolinearitas.....	52
3. Uji Hipotesis.....	52
a. Uji F.....	53
b. Uji t	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Analisis Karakteristik Responden	55
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Umur (Usia)	56
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	57
B. Analisis Tanggapan Responden Mengenai Gender Konsumen	58
C. Tanggapan Responden Mengenai Usia Konsumen	72
D. Tanggapan Responden Mengenai Proses Keputusan Pembelian Motor Matic Yamaha Mio J.....	76
E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	88
1. Pengujian Validitas.....	88
2. Uji Reliabilitas.....	90
F. Uji Normalitas	92

G. Pengujian Asumsi Klasik	93
1. Uji Heterokedastisitas	93
2. Uji AutoKolerasi	94
3. Uji Multikolinearitas	95
H. Pengujian Hipotesis	96
1. Hipotesis Uji F	96
2. Hipotesis Uji T	97
3. Pembahasan	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Hal .
3.1 Operasional Variabel Penelitian Gender	42
3.2 Operasional Variabel Penelitian Usia	43
3.3 Operasional Variabel Proses Keputusan Pembelian	43
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Umur (Usia)	57
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	58
4.4 Tanggapan responden tentang laki-laki menyukai hal bersifat cepat	59
4.5 Tanggapan responden tentang laki-laki dilayani dengan cepat	59
4.6 Tanggapan responden tentang laki-laki terburu-buru dalam pengambilan keputusan pembelian	60
4.7 Tanggapan responden tentang laki-laki mudah terpengaruh oleh bujukan penjualan.....	60
4.8 Tanggapan responden tentang laki-laki sering tertipu karena tidak sabaran ...	61
4.9 Tanggapan responden tentang laki-laki mudah dipengaruhi nasehat baik.....	62
4.10 Tanggapan responden tentang laki-laki memiliki perasaan kurang enak jika memasuki toko tanpa membeli sesuatu	62
4.11 Tanggapan responden tentang laki-laki kurang menyukai warnamencolok	63
4.12 Tanggapan responden tentang perempuan lebih tertarik pada warna dan bentuk.....	64
4.13 Tanggapan responden tentang perempuan lebih tertarik oleh gejala model....	64
4.14 Tanggapan responden tentang perempuan lebih mementingkan status sosial..	65

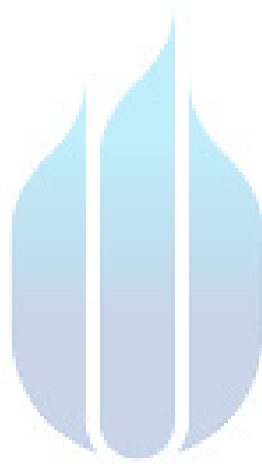
4.15	Tanggapan responden tentang perempuan lebih menyenangkan hal-hal romantic	66
4.16	Tanggapan responden tentang perempuan mudah meminta pendapat	66
4.17	Tanggapan responden tentang perempuan senang berbelanja	67
4.18	Tanggapan responden tentang perempuan tertarik pada produk yang membantu kegiatan sehari-hari	68
4.19	Tanggapan responden tentang perempuan cepat merasakan suasana toko	68
4.20	Tanggapan responden tentang perempuan tertarik pada obral	69
4.21	Tanggapan responden tentang perempuan hemat dalam mengatur uang	69
4.22	Analisis Jawaban atau Tanggapan Tentang Gender Konsumen	70
4.23	Tanggapan responden tentang remaja sangat mudah terpengaruh oleh rayuan iklan	72
4.24	Tanggapan responden tentang remaja tidak memikirkan hemat atau tidaknya bahan bakar sepeda motor	73
4.25	Tanggapan responden tentang remaja mudah terbujuk oleh model-model dinamis dan sporty dari produsen Motor Matic Yamaha Mio J	73
4.26	Tanggapan responden tentang dewasa yang membeli sepeda motor merupakan pasangan suami istri	74
4.27	Tanggapan responden tentang usia dewasa yang menggunakan Motor Matic Yamaha Mio J didominasi sebagai alat transportasi untuk bekerja	74
4.28	Analisis Tanggapan Responden Mengenai Usia Konsumen	75
4.29	Tanggapan responden dalam pengenalan masalah tentang suatu keinginan untuk menggunakan sepeda motor matic	76

4.30	Tanggapan responden dalam pengenalan masalah tentang mempunyai motor matic merupakan sebuah kebutuhan	77
4.31	Tanggapan responden dalam pencarian informasi tentang Yamaha memberikan informasi langsung secara individu	78
4.32	Tanggapan responden dalam pencarian informasi tentang Yamaha membuat iklan untuk memberikan informasi secara luas	78
4.33	Tanggapan responden dalam pencarian informasi tentang informasi yang didapat dari konsumen lain sebagai referensi	79
4.34	Tanggapan responden dalam evaluasi alternative tentang motor matic lebih cepat berkendara daripada motor bergigi.....	80
4.35	Tanggapan responden dalam evaluasi alternative tentang Mio J memberikan solusi alternative dari sebuah motor matic	80
4.36	Tanggapan responden dalam keputusan pembelian tentang Yamaha dapat membuat keputusan untuk membeli motor matic	81
4.37	Tanggapan responden dalam keputusan pembelian tentang sebuah merk Mio J dapat menunjang pemilihan motor matic yang baik	82
4.38	Tanggapan responden dalam keputusan pembelian tentang Yamaha mempunyai dealer yang banyak sehingga mudah mendapatkannya	82
4.39	Tanggapan responden dalam keputusan pembelian tentang adanya pameran , bazaar, discount dari Yamaha dan dana yang cukup	83
4.40	Tanggapan responden dalam keputusan pembelian tentang pembayaran yang ditawarkan Yamaha sangat mudah dengan cara cash ataupun kredit	84

4.41	Tanggapan responden dalam perilaku setelah pembelian tentang Yamaha Mio J mempunyai tambahan system dari motor matic sejenis	84
4.42	Tanggapan responden dalam perilaku setelah pembelian tentang Yamaha Mio J mempunyai kinerja yang baik, tampilan stylis dan penambahan mesin motor GT YM JET-FI.....	85
4.43	Analisis Tanggapan Responden Mengenai Proses Keputusan Pembelian.....	86
4.44	Uji Validitas Variabel X1 (Gender Konsumen)	89
4.45	Uji Validitas Variabel X2 (Usia Konsumen).....	89
4.46	Uji Validitas Variabel Y (Proses Keputusan Pembelian).....	90
4.47	Hasil Uji Reliabilitas X1	91
4.48	Hasil Uji Reliabilitas X2	91
4.49	Hasil Uji Reliabilitas Y	91
4.50	Hasil Uji Normalitas	92
4.51	Model Summary	94
4.52	Uji Multikolinearitas	95
4.53	ANOVA.....	96
4.54	Coefficients	97

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
2.1 Empat Tipe Perilaku Pembelian	16
2.2 Proses Pengambilan Keputusan	29
4.1 Grafik Uji Heterokedastisitas	93



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal.
Lampiran 1	
Pernyataan Kuesioner	104
Lampiran 2	
Jawaban Kuesioner Karakteristik Responden	109
Lampiran 3	
Jawaban Kuesioner Gender X1 (Pria)	112
Jawaban Kuesioner Gender X1 (Wanita).....	115
Lampiran 4	
Jawaban Kuesioner Usia X2	118
Lampiran 5	
Jawaban Kuesioner Proses Keputusan Pembelian Y	121
Lampiran 6	
Perhitungan SPSS Output Frekuensi Karakteristik Responden.....	124
Lampiran 7	
Perhitungan SPSS Output Frekuensi Variabel Persepsi Gender X1	125
Lampiran 8	
Perhitungan SPSS Output Frekuensi Variabel Persepsi Usia X2	132
Lampiran 9	
Perhitungan SPSS Output Variabel Proses Keputusan Pembelian Y...	134
Lampiran 10	
Output Hasil Uji Validitas	139
Lampiran 11	
Perhitungan SPSS Output reliabilitas	142
Lampiran 12	
Output Hasil Uji Normalitas	144
Lampiran 13	
Out put SPSS Regresi Linear Berganda.....	145
Lampiran 14	
Tabel Nilai R Produk	149
Lampiran 15	
Tabel T	150