

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Firman Syah
NIM : 4310401 - 084
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan
Pembelian Sepeda Motor Honda di Wilayah Kebayoran
Lama Selatan

Tanggal Ujian Skripsi : 15 Agustus 2008

Disahkan Oleh :
Pembimbing

(R.M. Rasyid, SE., MM)

Tanggal :

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan,

Ketua Jurusan Manajemen S-1

(Drs. Hadri Mulya., M.Si)

Tanggal :

(Tafiprios, SE., MM)

Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

SKRIPSI

Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor
Honda Di Wilayah Kebayoran Lama Selatan

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Wahyu Firman Syah

Nim : 4310401-084

Telah Di Pertahankan Di Depan Dewan Penguji Pada Tanggal 15 Agustus 2008

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Ir. Sahibul Munir, SE.,M.Si)

Anggota Penguji I,

(Rina Astini, SE.,MM)

Anggota Penguji II,

(Hesti Maheswari, SE.,M.Si)

KATA PENGANTAR

Bismillahi rahman nū rahiim

Alhamdulillah Rabbil Allamin. Puji dan syukur penulis khaturkan kehadlirat Allah SWT, karena atas perkenan dan ridla-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang diberi judul **“Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepedea Motor Honda di Wilayah Kebayoran Lama selatan”** yang merupakan syarat guna mendapatkan gelar sarjana ekonomi pada Universitas Mercu Buana, Jakarta Barat.

Banyak hambatan yang penulis hadapi, baik itu bersifat internal berupa sulitnya menemukan judul yang cocok, keterbatasan pengetahuan dan menganalisis data dengan SPSS, maupun hambatan eksternal berupa kesulitan memperoleh bahan materi, transportasi, komputer, yang kesemuanya itu menjadi rintangan terberat yang penulis hadapi dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Rasa syukur dan Alhamdulillah penulis panjatkan kehadlirat Allah SWT, karena atas perkenan dan ridlo-Nya dan juga bantuan serta motivasi dari segala pihak, sehingga penulis dapat melewati segala hambatan tersebut. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Drs. Hadri Mulya., Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana terima kasih atas pengesahan skripsi ini.
2. Bapak, Tafiprios SE., MM terima kasih atas pengesahan skripsi ini.
3. Bapak R.M. Rasyid, SE., MM selaku dosen Pembimbing Akademik dan

Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan masukan, petunjuk, saran, dan kesabaran Bapak mendampingi penulis dalam penyusunan skripsi ini.

4. Pimpinan dan seluruh staff serta para dosen yang telah membantu pelaksanaan kegiatan perkuliahan dan administrasi
5. Buat kedua orang tua dan Kakaku Yuli, Tofik, Fitri, Bang Uwo, dan Kak Ashep yang telah dengan bijak menuntunku, memberikan semangat, dorongan serta motivasi dan doa yang tak ternilai harganya.
6. Sahabat seperjuanganku Fitroh dan Tommi, terima kasih atas motivasi, bantuan, dan kebaikannya selama ini. Semoga upaya kita membuahkan hasil yang terindah.
7. Dan Sahabat-sahabatku juga Manaf, Faisal, Ahmed, Zack, Ajib, Doni, Gilang, Fanny, Dika, dan Ratu Lia yang telah banyak memberikan bantuan dan semangat bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman manajemen angkatan 2004 Echa, Indah, Wulan, Vina, Atik, Iin, Sari, Dahlia, Tri, Dwi Gunarti terima kasih atas motivasi, serta masukannya.
9. Untuk semua Sahabat-sahabat dirumah Tio, Ardi, Rahmat, Debz terima kasih atas motivasi, serta masukannya

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dikatakan sempurna, terutama dalam pembahasannya, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Akhir kata penulis mengucapkan *Alhamdulillahirabbil'allamin*.

Jakarta, Agustus 2008
Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Pembatasan Masalah.....	4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran.....	6
B. Pengeretian Manajemen Pemasaran	7
C. Bauran Pemasaran	7
D. Pengertian Persepsi Konsumen dan Proses Pembentukan Persepsi.....	12
1. Pengertian Persepsi.....	12
2. Proses Pembentukan Persepsi.....	14
E. Proses Keputusan Pembelian.....	17

F. Pengambilan Keputusan Pembelian	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian	29
B. Gambaran Umum	29
1. Tentang Konsumen	29
2. Tentang Perusahaan	31
C. Metode Penelitian	32
D. Hipotesis	32
E. Sampel Penelitian	33
F. Variabel dan Pengukurannya	33
G. Definisi Operasional Variabel	34
H. Metode Pengumpulan Data	36
I. Metode Analisis Data	37
BABA IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	40
1. Jenis Kelamin Responden	40
2. Usia Responden	41
3. Pendidikan Responden	41
4. Pekerjaan Responden	42
5. Penghasilan Responden	43
B. Analisa Persepsi Konsumen	44
C. Analisa Keputusan Pembelian	53
1. Keputusan Pembelian	53

2. Analisa Kuisisioner Keputusan Pembelian	54
D. Analisa Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.A.1	Jenis Kelamin Responden.....40
Tabel 4.A.2	Usia Responden41
Tabel 4.A.3	Pendidikan Responden41
Tabel 4.A.4	Pekerjaan Responden.....42
Tabel 4.A.5	Penghasilan Perbulan Responden43
Tabel 4.B.1	Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Ketahanan Bodi Sepeda Motor Honda.....45
Tabel 4.B.2	Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Daya Tahan (Keawetan) Mesin Sepeda Motor Honda45
Tabel 4.B.3	Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Model Produk Sepeda Motor Honda.....46
Tabel 4.B.4	Pendapat Responden Mengenai Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Warna Sepeda Motor Honda.....47
Tabel 4.B.5	Persepsi Konsumen Terhadap Harga Produk Sepeda Motor Honda.....48
Tabel 4.B.6	Pendapat Responden Mengenai Persepsi Konsumen Terhadap Nilai Jual Sepeda Motor Honda48
Tabel 4.B.7	Persepsi Konsumen Terhadap Merek Sepeda Motor Honda.....49

Tabel 4.B.8	Pendapat Responden Mengenai Persepsi Konsumen Terhadap Merek Sepeda Motor Honda Menjadi Pemimpin di Pasar	50
Tabel 4.B.9	Persepsi Konsumen Terhadap Promosi Sepeda Motor Honda.....	50
Tabel 4.B.10	Pendapat Responden Mengenai Persepsi Konsumen Terhadap Promosi yang Menarik dan Unik Dapat Mempengaruhi Konsumen Untuk Melakukan Pembelian	51
Tabel 4.B.11	Rekapitulasi Persepsi Konsumen	52
Tabel 4.C.1	Keputusan pembelian cenderung dilakukan oleh Konsumen	54
Tabel 4.C.2	Keputusan pembelian dilakukan berdasarkan kualitas dari suatu produk.....	55
Tabel 4.C.3	Keputusan pembelian dilakukan berdasarkan promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.....	56
Tabel 4.C.4	Keputusan pembelian dilihat dari kesenangan akan merek tertentu/loyalitas terhadap merek.....	56
Tabel 4.C.5	Pencarian informasi tentang produk biasanya dilakukan sebelum melakukan keputusan konsumen	57
Tabel 4.C.6	Keputusan pembelian dilakukan atas dasar image konsumen terhadap produk.....	58

Tabel 4.C.7	Bentuk, model, ukuran dan lokasi penjualan produk mempengaruhi keputusan pembelian	59
Tabel 4.C.8	Cara pembayaran yang dilakukan sesuai dengan keputusan pembelian konsumen	60
Tabel 4.C.9	Proses keputusan pembelian konsumen dilakukan atas dasar kecemburuan sosial konsumen terhadap orang lain.....	60
Tabel 4.C.10	Tindakan coba-coba/keingintahuan akan produk merupakan tindakan keputusan pembelian konsumen.....	61
Tabel 4.C.11	Rekapitulasi Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.D.1	Variables Entered/Removed	63
Tabel 4.D.2	Model Summary.....	64
Tabel 4.D.3	Coefficients.....	64



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.3	Proses Keputusan Pembelian17
Gambar 2.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....23
Gambar 4.D.1	Kurva uji t dua pihak65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Jawaban kuisisioner

Lampiran 3 Tabel t

Lampiran 4 Hasil SPSS



**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI WILAYAH
KEBAYORAN LAMA SELATAN**

SKRIPSI
Program Studi Manajemen

Nama : Wahyu Firman Syah
NIM : 4310401-084



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2008

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI WILAYAH
KEBAYORAN LAMA SELATAN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meperoleh
Gelar SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen**

Nama : Wahyu Firman Syah

NIM : 4310401-084



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2008**