



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI
ADDRESS DI JAKARTA TIMUR**



TESIS

UNIVERSITAS
TONI ARDIANTO
55114120219
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**



**ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI
ADDRESS DI JAKARTA TIMUR**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TONI ARDIANTO
55114120219

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Sepeda Motor Suzuki Address di Jakarta Timur
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Toni Ardianto
NIM : 55114120219
Program : Magister Manajemen
Tanggal : Juli 2017

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Ir. Sri Hartono, MM)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Aty Herawati, M.Si)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Terhadap
Pembelian Sepeda Motor Suzuki Address di Jakarta Timur

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Toni Ardianto

NIM : 55114120219

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Juli 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Juli 2017



Toni Ardianto

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tesis ini yang berjudul : Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Sepeda Motor Suzuki Address di Jakarta Timur.

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Sri Hartono selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis. Penulis juga berterima kasih kepada Bapak Dendi Anggi Gumilang selaku penguji utama pada ujian Tesis dan Bapak Mukti Ali selaku ketua penguji pada ujian Tesis

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua penulis, rekan kerja penulis di PT Suzuki Indomobil Motor dan PT Suzuki Indomobil Sales, Ineke Putriana Fauzi dan rekan kuliah Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana kelas Menteng yang selalu mendoakan dan terus-menerus memberikan nasehat dan dukungan kepada penulis selama penyusunan Tesis. Pada akhirnya penulis berharap semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi perkembangan Suzuki di Indonesia dan pihak-pihak yang membutuhkan.

MERCU BUANA
Jakarta, Juni 2017

Toni Ardianto
NIM : 55114120219

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACK	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah dan Batasan Masalah	8
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2. Rumusan Masalah.....	9
1.2.3. Batasan Masalah	9
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1. Maksud Penelitian	10
1.3.2. Tujuan Penelitian	10
1.4. Kegunaan Penelitian	11
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	12
2.1. Sejarah Perkembangan Perusahaan	12
2.2. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	15
2.3. Struktur Organisasi Perusahaan	15
2.4. Produk Yang Dihasilkan	17
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS. 28	
3.1. Teori Perilaku Konsumen	28
3.2. Teori Kepercayaan	33
3.3. Teori Citra Perusahaan	36
3.4. Teori Citra Merek	40
3.5. Teori Kualitas Layanan	45
3.6. Teori Keputusan Pembelian	48
3.7. Hasil Penelitian Terdahulu	55
3.8. Kerangka Pemikiran	62
3.9. Hipotesis Penelitian	65
BAB IV METODE PENELITIAN	68
4.1. Desain Penelitian	68
4.2. Variabel Penelitian	69
4.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	70
4.4. Populasi dan Sampel Penelitian	73
4.4.1. Populasi Penelitian	73

4.4.2	Sampel Penelitian	73
4.5.	Jenis dan Sumber Data	74
4.5.1	Jenis Data Penelitian	74
4.5.2.	Sumber Data Penelitian.....	75
4.6.	Teknik Pengumpulan Data	75
4.7.	Teknik Analisis Data	76
4.7.1	Structural Equation Model (SEM)	76
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	90
5.1.	Hasil Penelitian	90
5.1.1.	Pendahuluan	90
5.1.2	Analisis Karakteristik Responden.....	90
5.1.3	Analisis Data Penelitian.....	95
5.1.3.1	Uji Normalitas Data	95
5.1.3.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	98
5.1.3.3	Persamaan Model Pengukuran.....	102
5.1.3.4	Pengujian Hipotesis	108
BAB VI	SIMPULAN DAN SARAN	113
6.1	Simpulan.....	113
6.2	Implikasi Manajerial	114
6.3	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	115
DAFTAR PUSTAKA	117



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Retail Sales Sepeda Motor Di Indonesia Berdasarkan Jenis	1
Tabel 1.2.	Penjualan dan Pangsa Pasar Sepeda Motor Skuter Di Indonesia ...	3
Tabel 1.3.	Perbandingan spesifikasi Skuter Di Segmen Entry Level	5
Tabel 1.4.	Retail Sales Sepeda Motor Suzuki Address Di Indonesia	7
Tabel 2.1.	Produk Suzuki Di Indonesia	17
Tabel 3.1.	Penelitian Terdahulu	56
Tabel 4.1.	Operasionalisasi Variabel Penelitian	71
Tabel 4.2.	Sebaran Sampel.....	74
Tabel 4.3.	Notasi Lisrel.....	81
Tabel 5.1.	Responden Berdasarkan Wilayah	91
Tabel 5.2.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	92
Tabel 5.3.	Responden Berdasarkan Usia	92
Tabel 5.4.	Responden Berdasarkan Pekerjaan	92
Tabel 5.5.	Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	93
Tabel 5.6.	Responden Berdasarkan Keterlibatan	93
Tabel 5.7.	Responden Berdasarkan Merek	94
Tabel 5.8.	Normalitas Univariat.....	96
Tabel 5.9.	Normalitas Multivariat.....	98
Tabel 5.10.	Persamaan Model Pengukuran Variabel X	102
Tabel 5.11.	Persamaan Model Pengukuran Variabel Y	103
Tabel 5.12.	<i>Goodness of Fit</i>	105
Tabel 5.13.	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Struktur Suzuki Di Indonesia	14
Gambar 2.2.	Struktur Organisasi Suzuki Indonesia	16
Gambar 3.1.	Model Dasar Keputusan Konsumen	29
Gambar 3.2.	Faktor Yang Mempengaruhi Karakteristik Konsumen	30
Gambar 3.3.	Proses Terbentuknya Citra	37
Gambar 3.4.	Proses keputusan Pembelian	50
Gambar 3.5.	Model Pengambilan Keputusan	54
Gambar 3.6.	Kerangka Pemikiran	64
Gambar 4.1.	Model SEM Dengan Variabel Laten dan Indikator	78
Gambar 4.2.	Diagram Alur atau Model SEM dengan Notasi Lisrel	80
Gambar 5.1.	Validitas dan Reliabilitas Citra Perusahaan (CP)	98
Gambar 5.2.	Validitas dan Reliabilitas Citra Merek (CM).....	99
Gambar 5.3.	Validitas dan Reliabilitas Kualitas Layanan (KL).....	100
Gambar 5.4.	Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan (K).....	101
Gambar 5.5.	Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (KP)	101
Gambar 5.6.	Diagram <i>t-value</i> Model	106
Gambar 5.7.	Model Struktural (Standardize).....	107



UNIVERSITAS
MERCU BUANA