

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN

PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA

(Studi Kasus Pada PT. ASCO PRIMA MOBILINDO BEKASI)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik dan Melengkapi Sebagian

Dari Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Oleh

WAHYU HALIM

2010410025



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2014

LEMBAR PERNYATAAN

Yangbertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Halim
Nim : 2010410025
Jurusan : Manajemen
Peminatan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA (STUDI KASUS PADA PT.ASCO PRIMA MOBILINDO BEKASI)** yang dibimbing oleh Bapak Firsan Nova SE,MM adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengkopì sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila di kemudian hari ternyata di ketemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta 20 Agustus 2014.

Yang menyatakan

METERAI
TEMPEL
Pajak Penghasilan
TGL. 20
4862DA2F106980397
Wahyu Halim
DJP

Wahyu Halim

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Halim

NIM : 2010410025

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA
(STUDI KASUS PADA PT.ASCO PRIMA MOBILINDO
BEKASI)**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana pada
tanggal

Jakarta, agustus 2014

Mengetahui

Pembimbing

Ketua Jurusan Manajemen



(Firsan Nova,SE.MM)



(Firsan Nova,SE.MM)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Haiim

NIM : 2010410025

Jurusan/ Peminatan : Manajemen / Pemasaran

Judul skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG**

MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL

DAIHATSU XENIA (STUDI KASUS PADA PT.ASCO

PRIMA MOBILINDO BEKASI)

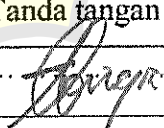
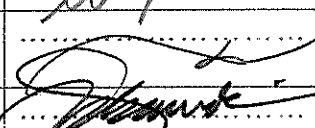
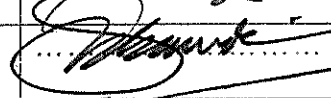
Telah di periksa, dikaji dan diujikan dalam sidang ujian skripsi sarjana
Tanggal 29 Agustus 2014 dengan hasil B

Jakarta, 29 Agustus 2014

Ketua Jurusan Manajemen

(Firsan Nova,SE,MM)

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

	Nama penguji	Jabatan penguji	Tanda tangan
1	Drs. Fauzi Baisyir , MM	...KETUA..... 
2	Firsan Nova SE,MM	...ANGGOTA..... 
3	Sukardi Hardjo Sentono, SE,MM	...ANGGOTA..... 

Dekan Fakultas Ekonomi


Sombrik, SE, MM

ABSTRAK

NIM : 201041002, Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA (STUDI KASUS PADA PT.ASCO PRIMA MOBILINDO BEKASI)

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia di PT.Asco Prima Mobilindo Bekasi.

Sampel penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli di PT. Asco Prima Mobilindo yang dipilih secara acak,yaitu 100 *responden*.Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.Teknis analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor yang dijalankan dengan perangkat lunak *Statistical Process Sosial Science (SPSS) 20.0 for windows*.

Hasil analisis dilihat dari *Kaiser-Mayer-Olkin dan Barlett's tes't* sebesar 0.761 dengan *signifikasi* sebesar 0,000. Angka KMO tersebut sudah diatas 0,5 dan *signifikasi* jauh dibawah ($0,000 < 0,5$) variabel dan sampel yang sudah bisa di analisis dengan menggunakan analisis faktor. Terdapat tiga faktor yang terbentuk yaitu Faktor 1 : Kualitas, Faktor 2 : Proses, Faktor 3: Pelayanan.

Ketiga faktor yang terbentuk, ternyata faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian Mobil Daihatsu Xenia di PT. Asco Prima Mobilindo Bekasi adalah faktor kualitas karena *eigenvalues* 3.893 lebih tinggi dari faktor-faktor yang lain. Dimana untuk faktor Proses *eigenvalues* 1.753 dan faktor Pelayanan *eigenvalues* 1,394.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucapkan puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT serta junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, atas segala rahmat dan yang telah diberikan kepada penulis, baik berupa kesehatan fisik dan mental sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga memungkinkan skripsi ini terwujud. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Firsan Nova.SE.MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada, terima kasih atas bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Jombrik.SE.MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Sukardi Hardjo Sentono.SE.MM terima kasih banyak atas didikan dan dukungannya sehingga banyak sekali ilmu yang saya dapatkan.
4. Terima kasih untuk staf tata usaha dan karyawan (Pak Yos, Mba Puji, Mba Lis, Mas Maryadi, Mas Jumali, dan Pak Hartono), serta terima kasih kepada para pegawai

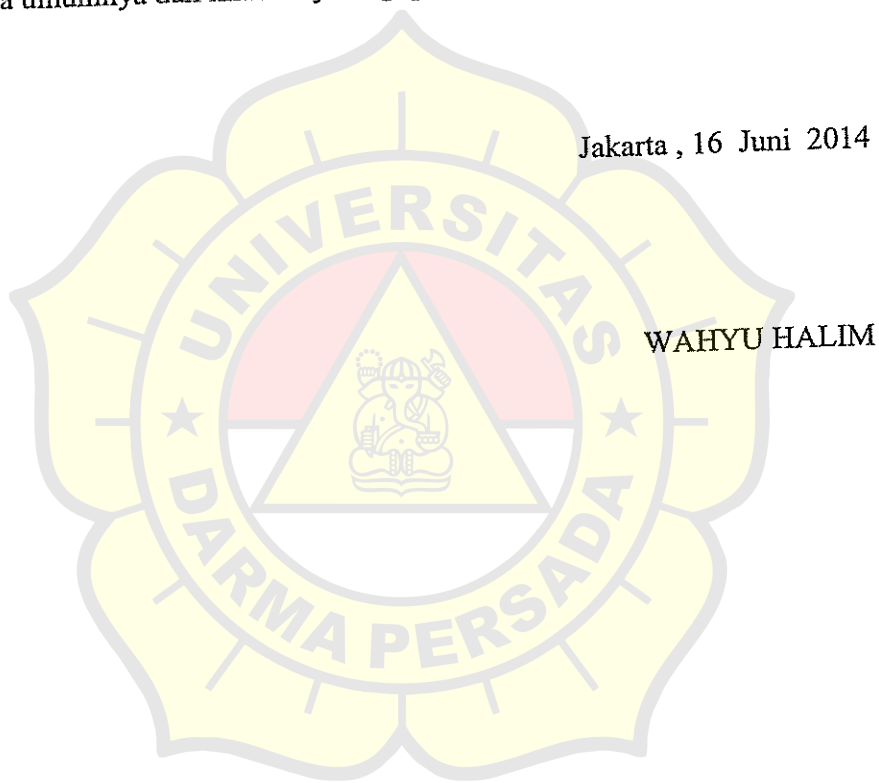
perpustakaan yang telah memudahkan dan memberikan bantuan dalam proses pembuatan skripsi ini.

5. Terima kasih untuk almarhum Bapak Duslan yang menyayangiku, membesarkanku dan membingbingku sedari kecil dan Mama Hj. Sundari yang selalu memberikan doa restu dalam setiap langkah kakiku dalam menjalani setiap pekerjaanku, terima kasih juga buat Kakak dan Adik atas doa, kasih sayang, motivasi, bimbingan, nasihat, bekal ilmu hidup dan segalanya yang telah diberikan kepada penulis.
6. Terima kasih untuk Catherine Tania Junilawati atas dukungan dan cintanya.
7. Terima kasih untuk Pak Tito, Kang Yan, Yudist dan sahabat-sahabat seperjuangan lainnya yang tidak disebutkan satu persatu atas bantuannya dan dukungan motivasinya yang tidak pernah merasa lelah untuk terus mendorong penulis hingga selesainya skripsi ini hingga selesai.
8. Terima kasih kepada segenap karyawan PT. Asco Prima Mobilindo atas partisipasinya dalam penelitian ini.
9. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyusunan dan penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulis skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna bagi rekan-rekan yang membacanya pada umumnya dan khususnya bagi penulis. Amin

Jakarta , 16 Juni 2014



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B.Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4

BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori.....	6
1. Pengertian Pemasaran.....	6
2. Perilaku Konsumen.....	9
3. Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
5. Proses Keputusan Pembelian.....	21
6. Proses Pembelian Produk.....	24
7. Pengertian Atribut Produk.....	24
8. Unsur Atribut.....	25
B. Kerangka Pikir Penelitian.....	27

BAB III METODE PENELITIAN.....29

A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
B. Jenis Data Yang Digunakan.....	29
C. <i>Populasi dan Sampel</i>	30

D. Pengumpulan Data.....	31
E. Analisa Data.....	32
F. Definisi <i>Variable Operasional</i>	37
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Pembahasan dan <i>Analisis Profil Responden</i>	40
1. Profil Responden.....	41
2. Pembahasan dan Hasil Pengujian <i>Validitas dan Reliabilitas</i>	46
3. Pembahasan dan Analisis <i>Variabel</i>	48
4. Pembahasan Analisis Faktor.....	59
5. Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	83

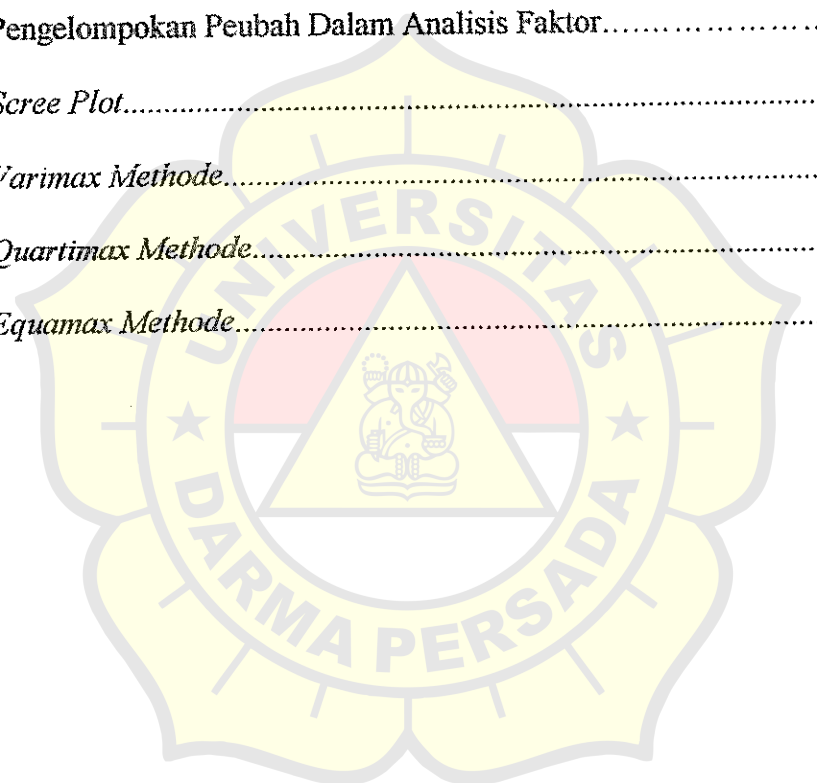
DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Daftar Mobil yang dijual di PT. Asco Prima Mobilindo.....	3
Tabel 1.2	Data Penjualan Mobil Daihatsu Xenia.....	3
Tabel 2.1	Model Perilaku Konsumen.....	11
Tabel 3.1	Data Penjualan Mobil Daihatsu Xenia.....	30
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3	Profil Responden berdasarkan Status Pendidikan.....	43
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan pengeluaran perbulan.....	45
Tabel 4.6	Hasil <i>Uji Validitas</i>	46
Tabel 4.7	Hasil <i>Uji Reliabilitas</i>	47
Tabel 4.8	Variabel Kerapihan Karyawan.....	48
Tabel 4.9	Variabel Kelengkapan <i>Asesories</i>	49
Tabel 4.10	Variabel Pegawai Yang Ramah.....	50
Tabel 4.11	Variabel Potongan Harga Yang Menarik.....	52
Tabel 4.12	Variabel Lokasi Mudah Dijangkau.....	53
Tabel 4.13	Variabel Kecepatan Pelayanan.....	54
Tabel 4.14	Variabel Bonus Yang Menarik.....	55
Tabel 4.15	Variabel Produk Yang Selalu Tersedia.....	56

No	Judul	Halaman
Tabel 4.15	Variabel Produk Yang Selalu Tersedia.....	56
Tabel 4.16	Variabel Kebersihan <i>Showroom</i>	57
Tabel 4.17	Variabel <i>Showroom</i>	58
Tabel 4.18	<i>KMO dan Barlett's Test</i>	59
Tabel 4.19	Angka <i>KMO</i> Tiap Variabel.....	60
Tabel 4.20	<i>Communalities</i>	62
Tabel 4.21	<i>Initial Eiengenvales</i>	63
Tabel 4.22	<i>Component Matrix</i>	65
Tabel 4.23	Tiga Faktor Terbentuk <i>Component Matrix</i>	66
Tabel 4.24	<i>Rotated Component Matrix Varimax Methode</i>	67
Tabel 4.25	Tiga Faktor Terbentuk <i>Component Matrix Varimax Methode</i>	68
Tabel 4.26	<i>Rotated Component Matrix Quartimax Methode</i>	69
Tabel 4.27	Tiga Faktor Terbentuk <i>Component Matrix Quartimax Methode</i>	70
Tabel 4.28	<i>Rotated Component Matrix Equamax Methode</i>	71
Tabel 4.29	Tiga Faktor Terbentuk <i>Component Matrix Equamax Methode</i>	72
Tabel 4.30	<i>Component Tranformastion Matrix Varimax Methode</i>	71
Tabel 4.31	<i>Component Tranformastion Matrix Quartimax Methode</i>	71
Tabel 4.32	<i>Component Tranformastion Matrix Equamax Methode</i>	71
Tabel 4.33	Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia Di PT. Asco Prima Mobilindo Bekasi.....	75

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian.....	22
Gambar 2.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembeli.....	18
Gambar 2.3	Kerangka Pikir.....	28
Gambar3.1	Pengelompokan Peubah Dalam Analisis Faktor.....	34
Gambar 4.1	<i>Scree Plot</i>	66
Gambar 4.2	<i>Varimax Methode</i>	72
Gambar 4.3	<i>Quartimax Methode</i>	73
Gambar 4.4	<i>Equamax Methode</i>	73



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam *era globalisasi* pasar bebas memberi peluang munculnya berbagai jenis barang dan jasa dengan ratusan merek yang terjual dipasaran. Persaingan antara merek dari setiap produk yang semakin tajam, mengakibatkan setiap konsumen dapat memilih variasi merek produk yang lebih berkualitas. Dengan memilih variasi merek produk yang lebih berkualitas, maka dalam menunjang pengambilan keputusan, setiap konsumen dapat memilih sesuai dengan seleranya, daya belinya, dan kualitas produk.

Salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam melakukan pemasaran produk yang akan dijual adalah dengan memahami kebutuhan konsumen, mengetahui kebutuhan konsumen, dan selera dari pada konsumen. Keputusan konsumen merupakan hal yang penting, sebab dengan adanya pemahaman mengenai keputusan konsumen, maka perusahaan akan lebih mudah dalam membuat suatu perencanaan pemasaran serta penetapan kebijakan pemasaran dan sebagai dasar dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran.

Menyadari pentingnya mengenai keputusan konsumen, yang menjadi *obyek* dalam penelitian ini adalah perusahaan *otomotif*. Demikian halnya dengan PT. Asco Prima Mobilindo Bekasi yang bergerak dibidang *dealer* mobil merek Daihatsu, dalam

melakukan pemasaran mobil terjadi persaingan yang ketat, hal ini disebabkan karena banyaknya perusahaan yang bermunculan. Dengan munculnya beberapa jenis produk mobil, maka setiap perusahaan berupaya dan bersaing dalam memasarkan produk mobil dengan jenis dan tipe yang berbeda. Hal ini tentunya menyebabkan konsumen semakin bebas memilih jenis mobil yang sesuai dengan selera konsumen.

Salah satu tujuan kegiatan pemasaran perusahaan adalah mempengaruhi konsumen atau calon konsumen agar mereka mau membeli barang atau jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkannya.

Sebelum kegiatan pemasaran dilakukan, perusahaan perlu mempelajari dan memahami perilaku konsumen terlebih dahulu agar mereka dapat lebih tepat menetapkan kegiatan pemasarannya. Salah satu perilaku konsumen yang penting adalah perilaku dalam melakukan pembelian suatu barang atau jasa, keputusan untuk melakukan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam pembelian.

Untuk lebih meningkatkan penjualan mobil, maka pihak perusahaan PT. Asco Prima Mobilindo Bekasi, memperhatikan *strategi* bauran pemasaran dimana bauran pemasaran terdiri dari: produk, harga, promosi dan *place*.

Tabel 1.1

Daftar mobil yang dijual di PT. Asco Prima Mobilindo Bekasi

No	Nama Mobil	Jenis Mobil
1	Xenia	Penumpang
2	Terios	Penumpang
3	Luxio	Penumpang
4	Gran Max	Penumpang
5	Ayla	Penumpang
6	Sirion	Penumpang

Sumber: Data diperoleh dari PT. Asco Prima Mobilindo (2014)

Berdasarkan data penjualan yang diperoleh dari PT. Asco Prima Mobilindo Bekasi khususnya mobil Daihatsu Xenia dibawah ini adalah:

Tabel 1.2

Data Penjualan Mobil Daihatsu Xenia

Tahun 2011 - 2013

TAHUN	TOTAL
2011	444
2012	597
2013	352
TOTAL	1393

Sumber: Data diperoleh dari PT. Asco Prima Mobilindo (2014)

Dari tabel 1.1 yakni data penjualan mobil Daihatsu Xenia khususnya dalam tiga tahun terakhir (2011 - 2013), maka perlu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk bersaing dipasaran salah satunya membangun merek yang kuat, tidak sekedar nama saja, tetapi bagaimana mampu mencerminkan *kredibilitas*, *integrasi* dan nilai yang dianut oleh perusahaan tersebut dapat dikemas dan disampaikan melalui produk atau jasanya, Sehingga produk dapat diterima oleh konsumen dan dipasaran. Oleh karena itu berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian dengan judul **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia (Studi kasus di PT. Asco Prima Mobilindo Bekasi)"**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah ada, dapat dirumuskan suatu masalah sebagai berikut: "Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia di PT. Asco Prima Mobilindo Bekasi".

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia di PT. Asco Prima Mobilindo Bekasi.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan PT. Asco Prima Mobilindo (Bekasi), diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi untuk meninjau kembali manajemen pemasaran khususnya pada keputusan pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan yang bermanfaat untuk perusahaan dimasa yang akan datang.
2. Bagi pihak lain diharapkan dapat digunakan sebagai sumber *referensi* dalam pengembangan penelitian selanjutnya.
3. Bagi penulis dapat digunakan sebagai sarana dan prasarana untuk penambah ilmu dan wawasan khususnya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran.