

**ANALISIS FAKTOR YANG MENJADI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR HONDA
BEAT 110cc**
(Studi kasus di Kelurahan Penggilingan)

***ANALYSIS OF DECISIVE FACTORS IN BUYING A
HONDA BEAT 110cc MOTORCYCLE***
(*The Case Studies In The Village Penggilingan Jakarta Timur*)

Oleh :

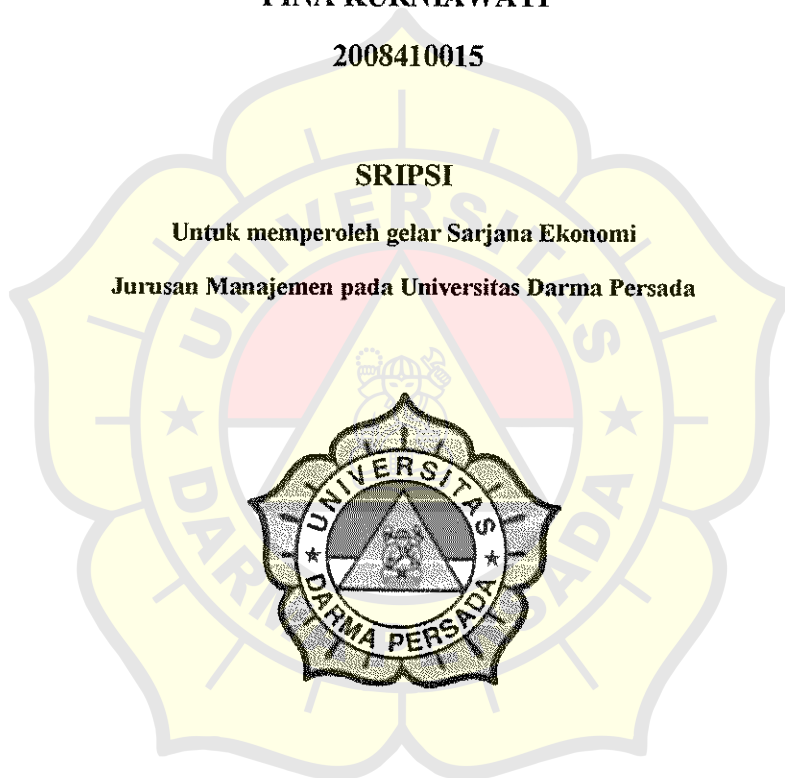
FINA KURNIAWATI

2008410015

SRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2015**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Fina Kurniawati

NIM : 2008410015

Jurusan : Manajemen/ Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Analisis Faktor yang Menjadi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sepeda Motor Honda Beat 110cc (Studi Kasus: di Kelurahan Penggilingan Jakarta Timur)** yang dibimbing oleh Bapak Sukardi, SE,MM adalah benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun *mencopy* sebagian hasil orang lain.

Apabila kemudian hari ternyata ditemukan ketidak sesuaian dengan persyaratan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya Jakarta pada tanggal 07Agustus 2015.

Yang menyatakan



Fina Kurniawati

**Analisis Faktor yang Menjadi Keputusan Konsumen dalam
Membeli Sepeda Motor Honda Beat 110cc**

(Studi Kasus: di Kelurahan Penggilingan Jakarta Timur)

***Analysis Of Decisive Factors In Buying A
Honda Beat 110cc Motorcycle***

(*The Case Studies In The Village Penggilingan Jakarta Timur*)

Oleh :

FINA KURNIAWATI

2008410015


SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada
Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal


Seperti tertera dibawah ini

Jakarta, 04 September 2015



(Sukardi SE, MM)
Pembimbing I

Mengetahui,



(Sukardi SE, MM)
Dekan



(Ellena Nurfazma Handayani, SE, MM)
Ka. Jurusan

**Analisis Faktor yang Menjadi Keputusan Konsumen dalam
Membeli Sepeda Motor Honda Beat 110cc**
(Studi Kasus: di Kelurahan Penggilingan Jakarta Timur)

***Analysis Of Decisive Factors In Buying A
Honda Beat 110cc Motorcycle***
(*The Case Studies In The Village Penggilingan Jakarta Timur*)

Oleh :

FINA KURNIAWATI

2008410015

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen pada Universitas Darma Persada

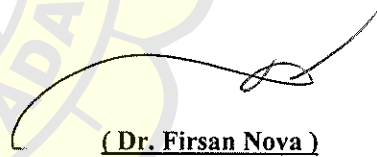
Telah disetujui oleh Tim Penguji

Pada tanggal Seperti tertera dibawah ini

Jakarta, 04 September 2015



(Sukardi, SE, MM)
Pembimbing I



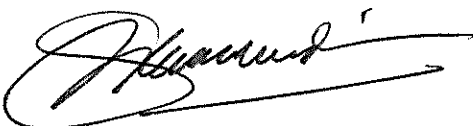
(Dr. Firsan Nova)
Penguji I



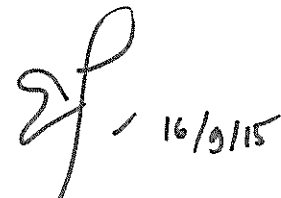
(Drs. Fauzi Baisvir, MM)
Penguji II



(Sukardi, SE, MM)
Penguji III



(Sukardi SE, MM)
Dekan



16/9/15

(Ellena Nurfaizria Handayani, SE, MM)
Ka. Jurusan

ABSTRAK

FINA KURNIAWATI, NIM : 2008410015, Judul penelitian: **ANALISIS FAKTOR YANG MENJADI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR HONDA BEAT 110cc, DI KELURAHAN PENGGILINGAN**, di bawah bimbingan Bapak Sukardi, SE, MM.

Jumlah Halaman : XV + 155 Halaman, Tahun 2015

Kata Kunci : Keputusan Konsumen

Penelitian ini diajukan untuk menganalisis faktor yang menjadi keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor Honda Beat 110cc di Kelurahan Penggilingan.

Dalam penelitian ini menggunakan metode statistik *multivariat* untuk mengolah sekian banyak variabel secara bersama-sama untuk menjawab persoalan yang kompleks. Alat yang digunakan untuk menganalisis data adalah dengan Analisis Faktor, olah data menggunakan SPSS versi 17.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, setelah dilakukan perhitungan pada data kuesioner kemudian dilakukan analisa dengan menggunakan pendekatan analisis faktor. Dari 20 variabel yang diteliti dengan proses *factoring*, 20 variabel tersebut bisa direduksi menjadi hanya 4 faktor. Penamaan pada ke 4 faktor tersebut tergantung pada nama-nama variabel yang menjadi satu kelompok, yang kemudian akan diketahui faktor yang menjadi keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor honda beat 110cc di kelurahan penggilingan yaitu; faktor loyalitas pembeli, faktor pengaruh keluarga, faktor ekonomi, faktor kualitas.

Jakarta, 07-08-2015



Fina Kurniawati

ABSTRACK

FINA KURNIAWATI, NIM : 2008410015, *Title of research : ANALYSIS OF DECISIVE FACTORS IN BUYING A HONDA BEAT 110cc Motorcycle, IN THE VILLAGE PENGKILINGAN*, under the guidance of Bapak Sukardi, SE, MM.

Number Of Pages : XV + 155 Page, 2015

Keywords : *Consumer Decision*

This study proposed to analyze of decisive factors in buying a honda beat 110cc motorcycle in the village Pengkilingan.

In studies this using multivariate statistical methods to process the many variables together to address complex issues. The we used to analyze the data was the factor analysis, if the data using SPSS version 17.

The results showed that, after calculation on questionnaire data then analyzed using factor analysis approach. Of the 20 variables studied by the factoring process, 20 of these variables can be reduced to only 4 factors. Naming to 4 of these factors depend on the name of the variable name into one group, which then will be known the factors in buying a honda beat 110cc motorcycle in the village Pengkilingan: buyer loyalty factor, the influence of family factors, economic factors, the quality factor.

Jakarta, 07-08-2015



Fina Kurniawati

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Dharma Persada Jakarta.

Dalam memenuhi tugas salah satu persyaratan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Dharma Persada maka penulis menyusun dan memilih judul : **“ANALISIS FAKTOR YANG MENJADI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR HONDA BEAT 110cc DI KELURAHAN PENGGILINGAN”**

Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis hanya bisa mendoakan, Allah yang akan membalasnya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dekan, Fakultas Ekonomi Universitas Dharma Persada dan Selaku Dosen Pembimbing I, Bapak Sukardi, SE, MM. yang senantiasa memberikan bimbingan, bantuan, pengarahan, kritik, saran, serta nasehat yang berharga kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Wadek, Fakultas Ekonomi Universitas Dharma Persada DR. Firsan Nova
3. Ketua Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Dharma Persada Ibu Ellena Nurfazria, SE, MM

4. Bapak-bapak dan ibu-ibu Dosen Universitas Darma Persada, yang selama ini telah memberikan ilmunya kepada penulis serta seluruh Staf dan Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Mbak Puji, Mas Maryadi, Mas Jumali, yang telah banyak membantu mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Darma Persada.
5. Kedua orang tuaku, Ibu dan Bapak yang terkasih dan tersayang, yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan dukungan, do'a dan semangat yang sangat besar sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Untuk kakak,kakak ipar serta adikku, Hendra Ayi Sonica. SE, Rima May Sholihah. SE, Eva Nursyifa dan Ria Yuli Setyawati yang selalu memberikan masukan seputar skripsi ini kepada penulis penulis.
7. Keponakanku tercinta, Khansa Adha Alifah, Ava Rizky Fitrulloh dan Shafa Ummu Dzulaekha yang selalu memberikan semangat setiap harinya kepada penulis.
8. Untuk Mbah Putri & alm. Mbah kung yang selalu mendoakanku, semua keluarga besar baik yang dijakarta ataupun diMadiun yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih untuk doa dan dukungannya yang sangat besar yang diberikan kepada penulis.
9. Untuk sepupuku Adelia, Tiara, Irno, Wiwen, Rada, dan Ratri terimakasih untuk segala masukan dan dukungan yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Untuk Pacarku Erik yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

11. Teman-teman mahasiswa, Helent, Shelly, Ayu, Ferdi, Putri, dan Tyas semua angkatan di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.
12. Untuk sahabat-sahabat saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih banyak atas dukungannya.
13. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menjelaskan skripsi ini.

Penulis hanya dapat berdoa Allah yang akan membalas kebaikan bapak / ibu, orang tuaku, saudaraku dan teman-teman sekalian.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa banyak sekali kekurangan dalam menyelesaikan skripsi ini baik dalam pengungkapan, penyajian, dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran, dan kritik dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat diterima dan bermanfaat bagi semua pihak yang mengembangkan ilmu ekonomi, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.

Jakarta, Agustus 2015



Fina Kurniawati

DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI.....	i
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan kegunaan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LATAR BELAKANG MASALAH.....	7
1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.2 <i>Marketing Mix</i>	8
2.2.1 Produk.....	9
2.2.2 Harga	12
2.2.3 Saluran Distribusi.....	13
2.2.4 Promosi	13
2.3 Merek.....	16
2.3.1 Makna Merek.....	17
2.3.2 Peran Merek	17
2.3.3 Tujuan Pemberian Merek.....	19
2.3.4 Tujuan Penggunaan Merek.....	20

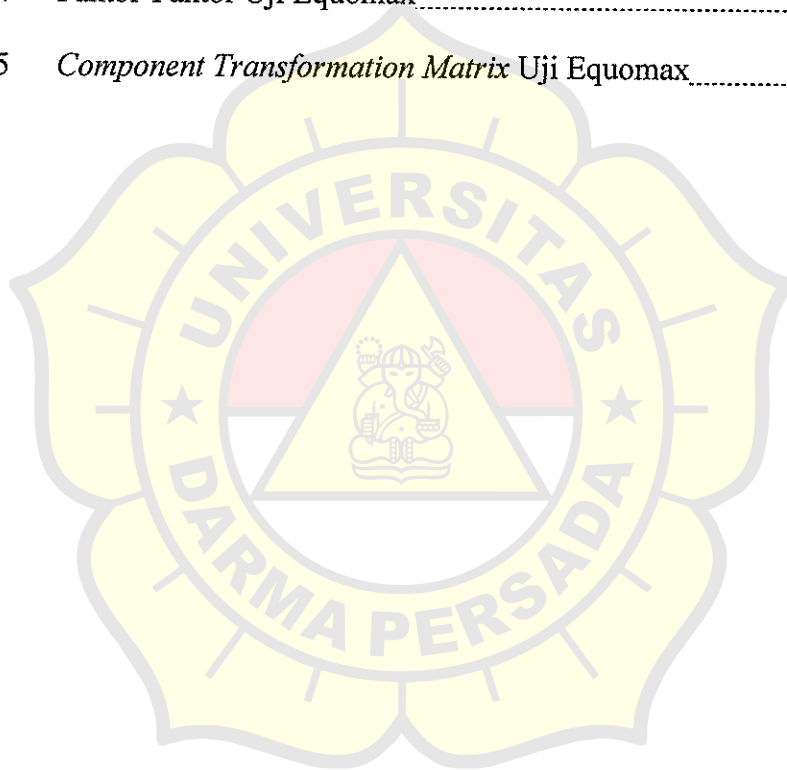
2.3.5	Syarat – Syarat Memilih Unsur Merek	21
2.4	Perilaku Konsumen	23
2.4.1	Keputusan Pembelian	23
2.4.2	Proses Keputusan Pembelian.....	25
2.4.3	Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	27
2.4.4	Kerangka Berpikir Penelitian	32
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1	Lokasi Penelitian	34
3.2	Jenis Data.....	34
3.3	Populasi dan Sampel.....	35
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.5	Analisis Data.....	40
3.6	Definisi Variabel Operasional	44
BAB IV	ANALISA DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Gambaran Umum PT Astra Honda Motor.....	46
4.2	Gambaran Umum Responden.....	49
4.3	Deskripsi Variabel	55
4.4	Uji Hasil Validitas dan Reliabilitas	61
4.5	KMO dan <i>Bartlett's Test</i>	83
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	110
5.1	Kesimpulan	110
5.2	Saran	111
	DAFTAR PUSTAKA.....	112
	LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	10 Motor <i>Matic</i> Terlaris Di Indonesia 3 Bulan Pertama Tahun 2013.....	3
Tabel 3.1	Skala Likert.....	38
Tabel 3.2	Variabel Operasional.....	44
Tabel 4.1	Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2	Jumlah Responden Menurut Umur.....	50
Tabel 4.3	Jumlah Responden Menurut Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4	Jumlah Responden Menurut Pendapatan.....	53
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Produk.....	55
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai harga.....	57
Tabel 4.7	Tanggapan Respon Mengenai Tempat.....	58
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai <i>Promotion</i>	59
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai merek.....	60
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Semua Variabel.....	62
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.12	Variabel Kenyaman Produk.....	64
Tabel 4.13	Variabel BBM Irit.....	65
Tabel 4.14	Variabel Fitur Yang Khusus.....	66
Tabel 4.15	Variabel Penampilan Produk.....	67
Tabel 4.16	Variabel Persepsi Harga.....	68

Tabel 4.17	Variabel Harga Tejangkau.....	69
Tabel 4.18	Variabel Mudah Didapat dan Dibeli	70
Tabel 4.19	Variabel Kemudahan Suku Cadang.....	71
Tabel 4.20	Variabel Frekuensi Munculnya Iklan.....	72
Tabel 4.21	Variabel Penjual Yang Ramah dan Komunikatif.....	73
Tabel 4.22	Variabel Merek Yang Berkualitas	74
Tabel 4.23	Variabel Logo Yang Ditimbulkan.....	75
Tabel 4.24	Variabel Tempat Tinggal Yang Makin Berkembang.....	76
Tabel 4.25	Variabel Rasa Soladiritas.....	77
Tabel 4.26	Variabel Pengaruh Keluarga dan Teman.....	78
Tabel 4.27	Variabel Sesuai Kebutuhan Akan Transportasi.....	79
Tabel 4.28	Variabel Kondisi Ekonomi.....	80
Tabel 4.29	Variabel Gaya Hidup.....	81
Tabel 4.30	Variabel Dapat Diterima Disegala Usia.....	82
Tabel 4.31	Variabel Mengetahui Kelebihan Sepeda Motor.....	83
Tabel 4.32	Hasil KMO and Bartlett's Test.....	83
Tabel 4.33	Angka Kaiser-Mayer-Olkin (KMO).....	84
Tabel 4.34	Communalities.....	85
Tabel 4.35	Total Variance Explained.....	89
Tabel 4.36	Component Matrix.....	93
Tabel 4.37	Rotated Component Matrix Uji Varimax.....	94

Tabel 4.38	Faktor-Faktor Uji Varimax.....	95
Tabel 4.39	Component Transformation Matrix Uji Varimax.....	97
Tabel 4.40	Rotated Component Matrix Uji Quartimax.....	99
Tabel 4.41	Faktor-Faktor Uji Quartimax.....	100
Tabel 4.42	Component Transformation Matrix Uji Quartimax.....	102
Tabel 4.43	Rotated Component Matrix Uji Equomax.....	104
Tabel 4.44	Faktor-Faktor Uji Equomax.....	105
Tabel 4.45	<i>Component Transformation Matrix</i> Uji Equomax.....	106



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar		Hal
Gambar 2.1	Model perilaku konsumen.....	23
Gambar 2.2	Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	25
Gambar 2.3	Faktor-faktor dari Keputusan Pembelian.....	27
Gambar 2.4	Kerangka Berpikir Penelitian.....	32
Gambar 4.1	Grafik Jenis Kelamin.....	49
Gambar 4.2	Grafik Umur.....	51
Gambar 4.3	Grafik Pekerjaan.....	52
Gambar 4.4	Grafik Pendapatan.....	54
Gambar 4.5	<i>Scree Plot</i>	92
Gambar 4.6	<i>Component Plot in Rotated Space Uji Varimax Method</i>	98
Gambar 4.7	<i>Component Plot in Rotated Space Uji Quartimax Method</i> ...	103
Gambar 4.8	<i>Component Plot in Rotated Space Uji Equamax Method</i>	107

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	114
Lampiran 2 Biodata Responden	118
Lampiran 3 Tabulasi Data	120
Lampiran 4 Uji Validitas	123
Lampiran 5 Uji Reliability	126
Lampiran 6 Analisis Faktor SPSS	128
Lampiran 7 Uji Varimax	137
Lampiran 8 Uji Quartimax	142
Lampiran 9 Uji Equamax	148
Lampiran 10 Lembar Konsultasi Bimbingan	154
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup	155

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern seperti sekarang ini, Sepeda motor menjadi modal transportasi yang paling favorit digunakan oleh masyarakat dewasa ini. Terpilihnya sepeda motor sebagai sarana transportasi yang paling favorit disebabkan karena keunggulan sepeda motor itu sendiri dalam hal biaya perawatan, biaya bahan bakar, efektivitas waktu perjalanan, kenyamanan serta kemampuannya untuk menerobos kemacetan yang terjadi di jalan raya. Buruknya pelayanan transportasi umum pun ikut mempengaruhi tingginya minat masyarakat untuk memilih sepeda motor sebagai sarana transportasi mereka yang utama. Pasar bebas yang diterapkan oleh sistem perdagangan negara juga ikut berpengaruh terhadap meningkatnya minat memilih sepeda motor. Masyarakat pun dibuat semakin mudah untuk membeli sepeda motor dengan menggunakan sistem angsuran atau kredit dengan uang muka yang ringan.

Keputusan pembelian konsumen tersebut adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakan dan kebutuhan itu dapat berasal dari pribadi konsumen sendiri dan atau dari

lingkungan sekitar konsumen tersebut. Kebutuhan itu dapat berupa kebutuhan keseharian (keluarga), kebutuhan ekonomi, status sosial dan kebutuhan lainnya. Sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen akan dihadapkan dengan berbagai macam pilihan produk yang ditawarkan produsen.

Berbagai macam pilihan produk yang ditawarkan produsen, memberikan kesempatan bagi konsumen untuk melakukan konsumsi dengan berbagai pilihan merek lainnya. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai, seperti mengembangkan produk berkualitas, menetapkan harga, serta mempromosikan produk secara efektif.

Di Indonesia semakin banyak pilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan otomotif, baik yang telah lama dikenal maupun yang baru. Masing-masing perusahaan berusaha mendiferensiasikan produknya supaya mempunyai keunikan dan karakteristik yang unik, sehingga dapat menimbulkan daya tarik dan minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Maka dalam persaingan seperti sekarang ini, perusahaan pun dituntut untuk meningkatnya minat masyarakat terhadap sepeda motor serta menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Di samping kualitas produk, tinjauan terhadap harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap

produk berbeda. Kemudian mempromosikan produk melalui iklan di berbagai media massa.

Perusahaan juga harus mampu mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun yang akan datang. Konsumen sebagai individu dalam mendapatkan atau membeli barang telah melalui proses-proses atau tahapan-tahapan terlebih dahulu seperti mendapat informasi baik melalui iklan atau referensi dari orang lain kemudian membandingkan produk satu dengan produk lain sampai akhirnya pada keputusan membeli produk itu.

Pada penelitian ini produk yang dijadikan objek penelitian adalah *scooter matic* Honda Beat 110cc.

Berikut data AISI sepeda motor *matic* terlaris periode Januari-Mei 2013 sebagai berikut :

Tabel 1
10 Motor *Matic* Terlaris Di Indonesia 3 Bulan Pertama Tahun 2013

NO	Merek	Per unit
		2013
1	Honda Beat FI	453.822
2	Honda Vario Techno 125	276.482
3	Yamaha Mio J	122.476
4	Yamaha Soul GT	108.731
5	Honda Vario CW	70.643
6	Yamaha Mio GT	64.780
7	Honda Scoopy FI	41.501
8	Yamaha Xeon	34.598
9	Honda Spacy	27.680
10	Suzuki Nex	17.312

Sumber <http://motor.otomotifnet.com//> 10 Besar Matik Terlaris

Seperti tabel diatas banyak merek sepeda motor yang diproduksi di Indonesia dan dalam tabel ini menunjukkan bahwa Honda Beat menduduki urutan pertama dalam kategori sepeda motor *matic* terlaris di Indonesia yang menandakan Honda Beat banyak disukai oleh masyarakat serta kualitas Honda beat yang disukai dan dapat dipercaya oleh masyarakat Indonesia.

Untuk memperkuat *market share* dipasar motor *matic*, pada tahun 2008, PT. Astra Honda Motor meluncurkan motor *matic* yaitu Honda Beat yang sebelumnya sudah keluar honda Vario. Dengan inovasi dan teknologi yang telah diperbaharui untuk produk motor ini pihak Honda antusias untuk meluncurkan produk yang diperkirakan akan laris dalam pasar penjualan sepeda motor *matic*.

Dengan mengandalkan slogannya “ motor *matic* gaul dan trendi ” Honda Beat diharapkan mampu memenuhi kebutuhan seluruh anggota keluarga tanpa melupakan unsur ekonomis yang sudah menjadi strategi sepeda motor Honda. Sepeda motor Honda Beat masih menjadi primadona baru dalam industri sepeda motor di Indonesia dengan *market share* yang sangat mengejutkan. Walaupun bukan motor khusus wanita pertama di Indonesia dan juga bukan hanya membidik motor khusus untuk perempuan tetapi, juga dapat membuat banyak lelaki jatuh cinta pada motor ini. Honda Beat juga mampu menyaingi produk sepeda motor saingannya.

Berdasarkan data diatas maka peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat 110cc dengan judul sebagai berikut :

” Analisis Faktor Yang Menjadi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Honda Beat 110cc ”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas maka perumusan masalah yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah : Faktor apa sajakah yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli sepeda motor Honda Beat 110cc ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dari pelaksanaan penelitian ini dan berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dipaparkan di atas, secara umum penelitian ini bermaksud untuk mengetahui faktor yang menjadi keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor Honda Beat 110cc.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan satu kegunaan yang nantinya menjadi bahan informasi atau sebagai referensi pihak lain, yaitu sebagai berikut:

- 1.4.1 Di harapkan hasil penelitian ini menjadi salah satu referensi penelitian, memberikan informasi tambahan dan sebagai bahan perbandingan peneliti lain.
- 1.4.2 Memberikan kontribusi bagi perusahaan untuk menciptakan strategi pemasaran yang memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.
- 1.4.3 Dengan adanya penelitian ini konsumen diharapkan akan mendapat informasi lebih terkait produk yang mereka beli.

Berdasarkan atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, maka peneliti bermaksud meneliti tentang analisis faktor yang menjadi keputusan pembelian motor Honda Beat 110cc di Kelurahan Penggilingan Jakarta Timur dari bulan akhir Mei hingga awal Juli 2014.