

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN TERHADAP PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIK DI KABUPATEN SIDOARJO

by Imas Niken Fahira

FILE	EKONOMI_DAN_BISNIS_1231700099_IMAS_NIKEN_FAHIRA.PDF (405.44K)	WORD COUNT	4144
TIME SUBMITTED	04-FEB-2021 08:02AM (UTC+0700)	CHARACTER COUNT	24597
SUBMISSION ID	1501102307		

1
**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
TERHADAP PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIK DI KABUPATEN
SIDOARJO
ABSTRAK**

IMAS NIKEN FAHIRA

31
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email: imasniken1@gmail.com

21
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh faktor yang menjadi pengaruh konsumen dalam membeli sepeda motor matik Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan model *principal component analysis* (PCA). Alat yang digunakan untuk menganalisis data ialah dengan Analisis Faktor. Analisis faktor tergolong metode interdependen, yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar objek dimana semua variable berstatus sama, tidak ada variabel independen yang menjadi prediktor bagi variable dependen seperti yang terdapat pada regresi. Pengolahan data ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan program *statistical package for the social science* (SPSS) versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, setelah dilakukan perhitungan pada data kuesioner kemudian dilakukan analisa dengan menggunakan pendekatan analisis faktor. Dari 15 variabel yang diteliti dengan proses *factoring* 15 variabel tersebut bisa direduksi menjadi hanya 3 faktor. Penamaan ke 3 faktor tersebut tergantung pada nama-nama variabel yang menjadi satu kelompok, yang kemudian akan diketahui faktor yang menjadi pengaruh permintaan konsumen dalam membeli sepeda motor Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo yaitu; faktor jaminan dan kualitas, faktor kualitas produk, dan faktor kelas sosial.

Kata Kunci : pengaruh permintaan konsumen, pembelian, analisis faktor

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING DEMAND ON THE PURCHASE OF A MATIC MOTORCYCLE IN SIDOARJO DISTRICT

³⁸ This study aims to determine and analyze how much influence the factors that influence consumers in buying an automatic Honda Vario motorcycle in Sidoarjo Regency. In this study using data processing methods in this study using the principal component analysis (PCA) model. The tool used to analyze the data is factor analysis. Factor analysis is classified as an interdependent method, which is the method used to analyze the relationship between objects where all variables are the same status, there is no independent variable that is a predictor for the dependent variable as found in regression. This data processing will be carried out using the assistance of version 22 of the statistical package for the social science (SPSS) program. The results show that, after calculating the questionnaire data, analysis is carried out using a factor analysis ¹ approach. Of the 15 variables studied with the factoring process, these 15 variables can be reduced to only 3 factors. The naming of the 3 factors depends on the names of the variables that form one group, which will then determine the factors that influence consumer demand in buying a Honda Vario motorcycle in Sidoarjo Regency, namely; assurance and distribution factors, product quality factors, and social class factors.

Keywords: influence of consumer demand, purchasing, factor analysis

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kabupaten Sidoarjo ialah kota industri yang juga bersebelahan dengan Kota Surabaya yang merupakan ibu kota Jawa Timur. Dengan demikian menyebabkan permintaan untuk peralatan transportasi darat sepeda motor meningkat. Karena permintaan sepeda motor seperti itu dalam kenaikan Sidoarjo, dampak yang terjadi ialah kemacetan di jalan.

Sebagian besar masyarakat Sidoarjo lebih suka menggunakan Kendaraan pribadi sebagai transportasi sehari-hari. Tinggal jauh dari tempat penjemputan angkutan umum menyebabkan masyarakat Sidoarjo lebih suka menggunakan sepeda motor untuk kendaraan sehari-hari. Karena dapat menghemat waktu dan biaya, jika dibandingkan dengan menggunakan layanan transportasi umum. Dan juga kini telah hadir ojek *online* yang mana kebanyakan *drivernya* menggunakan sepeda motor.

Perusahaan Distributor Kendaraan Bermotor (Dealer) resmi Honda juga banyak tersebar di wilayah Kabupaten Sidoarjo, selain itu pihak dealer membantu menawarkan berbagai solusi untuk membuatnya lebih mudah bagi orang untuk memiliki sepeda motor yang sesuai dengan

kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Berbagai penawaran yang dilakukan ialah kemudahan mengangsur dan membayar uang muka yang sangat rendah. Bahkan ada beberapa *dealer* yang menawarkan tanpa adanya uang muka atau uang muka 0% lalu angsurannya disesuaikan dengan berapa lama pelanggan ingin mengambil angsuran. Solusi ini sesuai dengan masyarakat Sidoarjo, karena menyesuaikan pendapatan di Kabupaten Sidoarjo dan banyaknya kebutuhan setiap pelanggannya.

Perusahaan Motor	Jumlah
PT Astra Honda Motor	16 Dealer
PT Yamaha Indonesia Motor	10 Dealer
PT Suzuki Indomobil Motor	1 Dealer

Bulan	Banyaknya penjualan		
	Honda	Yamaha	Suzuki
Januari	336	284	67
Februari	323	267	55
Maret	204	145	26
April	111	90	0
Mei	86	62	2
Juni	90	60	5
Juli	96	76	6
Agustus	120	102	1
September	135	110	4
Oktober	162	154	6
November	164	175	6

Dan juga dapat dilihat dari banyaknya dealer Honda di Kabupaten Sidoarjo dan Penjualan motor Honda membuat peneliti memilih motor Honda yang akan menjadi objek penelitian.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Pembelian**

Sepeda Motor Matik Di Kabupaten Sidoarjo”.

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, maka permasalahan yang akan dianalisis dalam penelitian ini ialah:

1. Apa faktor yang mempengaruhi permintaan seseorang untuk membeli sepeda motor Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo?
2. Apa faktor dominan yang mempengaruhi permintaan seseorang untuk membeli sepeda motor honda Vario di Kabupaten Sidoarjo?

Tujuan penelitian

1. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan seseorang membeli sepeda motor Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui faktor dominan yang memengaruhi permintaan seseorang membeli sepeda motor Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo.

Manfaat Penelitian

1. Untuk penulis, yaitu untuk meningkatkan pengetahuan tentang pengembangan dan faktor pengembangan yang mempengaruhi permintaan seseorang terhadap sepeda motor di Kabupaten Sidoarjo.

2. Bagi pembaca, diharapkan dapat memberikan informasi tentang faktor yang mempengaruhi permintaan seseorang terhadap sepeda motor di Kabupaten Sidoarjo.

METODE PENELITIAN

Definisi Konsep dan Operasional

Sesuai dengan judul, variabel dalam penelitian ini masih belum diketahui sehingga akan ditentukan dengan cara terlebih dahulu mencari atribut-atribut untuk menemukan faktor.

Tempat dan Waktu Penelitian

Sebagai kota industri, lalu lintas di Kabupaten Sidoarjo cukup padat. Pengguna sepeda motor jenis matik Honda Vario cukup dominan sebagai alat transportasi sehari-hari. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti memilih masyarakat di Kabupaten Sidoarjo sebagai objek dari penelitian. Waktu penelitian dimulai tanggal 25 Oktober 2020 – 2 Desember 2020.

Populasi dan Sampel

Populasi di dalam penelitian ini ialah konsumen yang memutuskan untuk membeli sepeda motor matik merek Honda Vario (Wasito 1995:49).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *accidental sampling*. Dalam penelitian ini yang dijadikan sampel ialah mereka yang kebetulan dijumpai sedang melakukan pembelian ataupun sedang melakukan service sepeda motor matik merek Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo.

Dalam penelitian ini, responden yang dipilih ialah masyarakat yang tinggal di Kabupaten Sidoarjo yang memiliki sepeda motor Honda Vario dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan:

1. Data primer yang diperolehnya secara langsung dari jawaban responden dalam bentuk kuesioner tentang faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap pembelian sepeda motor Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo.
2. Data skunder dalam penelitian ini diperolehnya dari literatur dari berbagai sumber yang berkaitan dengan pokok penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Sumber data merupakan suatu proses kegiatan yang diperlukan dalam suatu

penelitian sesuai dengan pokok pembahasan.

Data primer

Data primer dalam penelitian ini diperolehnya secara langsung tentang tanggapan responden mengenai faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian sepeda motor matik merek Honda Vario melalui penyebaran kuesioner kepada responden yaitu masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. Pengumpulan data primer dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Kuesioner akan dibagikan kepada sebagian masyarakat Kabupaten Sidoarjo yang memiliki sepeda motor Honda Vario. Model yang digunakan dalam kuesioner ini ialah skala likert yang terdiri dari lima kategori yaitu:

Skala Jawaban	Nilai
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Cukup setuju
4	Setuju
5	Sangat setuju

Sumber: Sugiyono (2017)

Data sekunder

Pengumpulan data skunder dalam penelitian ini diperolehnya dengan cara mempelajari buku, jurnal, dan internet

15
melalui website guna mendapatkan teori-teori dan pengetahuan yang berkaitan dengan penelitian.

Jenis Penelitian

Penulis melakukan jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini.

Metode Pengolahan Data

Dalam Penelitian ini menggunakan metode pengolahan data friedman test, analisis data dan regresi.

Identitas Responden

Identitas responden yang didapat ialah dari masyarakat Kabupaten Sidoarjo yang memiliki atau menggunakan sepeda motor Honda Vario yang telah mengisi kuisisioner.

Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil dari kuisisioner pencarian variabel menemukan ada 15 atribut (Q) yang dipilih oleh responden dari penyebaran kuisisioner pra survey. Kemudian atribut akan di uji kelayakannya menggunakan bantuan software SPSS 22. Hasil dari pengolahan atribut tersebut akan menjadi acuan pertanyaan pada kuisisioner selanjutnya untuk menemukan variabel-

variabel yang mempengaruhi permintaan konsumen membeli sepeda motor Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo.

34
Descriptive Statistics

	N	Range	Sum	Mean	Std. Deviation	Varian
Honda	11	250	1827	166.09	88.426	7819
Yamaha	11	224	1525	138.64	77.275	5971
Suzuki	11	154	326	29.64	47.289	2236
Valid N (listwise)	11					

Sumber: Mega Finance Sidoarjo yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan hasil olahan data menunjukkan penjualan Honda lebih banyak dibanding merek lain, lalu saya melakukan wawancara dengan Dealer Honda XYZ yang menyatakan bahwa penjualan motor matik Honda Vario yang mengalami permintaan tinggi atau penjualannya tinggi. Sehingga peneliti melakukan lebih lanjut dengan menyebar kuisisioner mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan lalu mengolah data permintaan tersebut.

Atribut yang mempengaruhi Permintaan Konsumen membeli sepeda motor Honda Vario.

Uji Friedman Test dilakukan untuk mengetahui layak di gunakan untuk kuesioner permintaan suatu produk Berikut ialah tabel hasil pengujian atribut menggunakan bantuan software SPSS 16 dengan uji friedman test :

Friedman Test

Tabel 4.5 Ranks

	Mean Rank
YA	1.83
TIDAK	1.17

Tabel 4.6 Test Statistics^a

N	15
Chi-Square	7.143
df	1
Asymp. Sig.	.008

a. Friedman Test

Sumber : Data primer yang diolah

Menganalisis rancangan kelompok seperti halnya pada analisis untuk rancangan acak kelompok lengkap. Dengan mengasumsikan pengacakan perlakuan dilakukan pada blok selanjutnya pengukuran dirangking dalam kelompok dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Artinya, apabila mendapatkan *Asymp Sign* $< 0,05$ Setelah mendapatkan *Sign* $0,05$ artinya atribut tersebut layak di gunakan untuk kuesioner permintaan suatu produk.

Dari tabel hasil pengujian diatas, maka terdapat 15 variabel yang layak untuk dijadikan pertanyaan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap pembelian sepeda motor Honda Vario ke dalam kuisisioner yang selanjutnya akan

diberikan kepada 100 responden. Hasil atribut adalah sebagai berikut:

Ket	Atribut	Ket	Atribut
Q1	Bertenaga besar	Q9	Nyaman dikendarai
Q2	Banyak pilihan warna	Q10	Mesin tidak mudah panas
Q3	Bentuk bodi yang pas	Q11	Desain menarik
Q4	Kualitas terjamin	Q12	Banyak yang merekomendasikan
Q5	Harga terjangkau	Q13	Suku cadang mudah di dapat
Q6	Irit	Q14	Suku cadang harganya terjangkau
Q7	Merk terkenal	Q15	Tempat servis mudah ditemui
Q8	Mudah dikendarai		

Hasil Analisis Faktor

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.877
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	838.703
	df	105
	Sig.	.000

Sumber : Data primer yang diolah

1. KMO dan Bartlett's Test

Dari tabel diatas menunjukkan nilai yang diperolehnya dari hasil uji *Bartlett's test of sphericity* ialah sebesar 838.703 dengan nilai signifikansi 0.000. Artinya antar atribut telah terjadi korelasi (signifikan $< 0,05$). Sedangkan hasil uji *Kaiser-meyer-olkin* (KMO) Nilai KMO $> 0,5$ yaitu sebesar 0.877. dan signifikansi $< 0,05$, yang berarti bahwa atribut yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan sehingga analisis faktor dapat digunakan untuk menganalisis faktor yang

mempengaruhi keputusan membeli sepeda motor Honda Vario.

2. Measure of Sampling Adequacy (MSA),

5

Anti-Image Matrix												
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12
Average	0,00	-1,00	0,00	0,00	-1,00	0,00	0,00	-0,00	1,00	0,00	-0,00	0,00
Deviation	1,00	0,00	1,00	-1,00	1,00	-1,00	0,00	0,00	0,00	-1,00	1,00	0,00
Q1	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Q2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Q3	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Q4	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Q5	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Q6	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Q7	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Q8	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Q9	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Q10	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Q11	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Q12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

15

Sumber : Data primer yang diolah

Dari hasil tabel *Anti Image* dapat diketahui bahwa variabel dalam penelitian memiliki nilai MSA yaitu > 0.5 yang artinya atribut tersebut secara keseluruhan dapat dianalisis lebih lanjut.

3. Menentukan jumlah faktor dengan metode *Principal Component Analysis (PCA)*.

2

Component	Total Eigenvalue		Percentage of Squared Multiple Correlation		Percentage of Squared Multiple Correlation	
	Total	% of Variance	Total	% of Variance	Total	% of Variance
1	7,561	47,495	7,561	47,495	47,495	47,495
2	1,962	9,981	66,836	9,981	66,836	9,981
3	1,080	7,260	60,606	7,260	60,606	7,260
4	0,660	4,620	70,226			
5	0,660	4,620	70,226			
6	0,220	1,540	72,766			
7	0,220	1,540	72,766			
8	0,110	0,770	73,036			
9	0,110	0,770	73,036			
10	0,110	0,770	73,036			
11	0,110	0,770	73,036			
12	0,110	0,770	73,036			
13	0,110	0,770	73,036			
14	0,110	0,770	73,036			
15	0,110	0,770	73,036			
16	0,110	0,770	73,036			
17	0,110	0,770	73,036			
18	0,110	0,770	73,036			
19	0,110	0,770	73,036			
20	0,110	0,770	73,036			
21	0,110	0,770	73,036			
22	0,110	0,770	73,036			
23	0,110	0,770	73,036			
24	0,110	0,770	73,036			
25	0,110	0,770	73,036			
26	0,110	0,770	73,036			
27	0,110	0,770	73,036			
28	0,110	0,770	73,036			
29	0,110	0,770	73,036			
30	0,110	0,770	73,036			

29

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel *Total Variance Explained* dapat diketahui bahwa terdapat 3 faktor yang mempunyai nilai eigenvalue > 1 . Faktor 1 mempunyai persentase sumbangan variance sebesar 47,495%,

yang berarti bahwa faktor 1 mampu menjelaskan 47,495% variasi variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor 2 mempunyai persentase sumbangan variance sebesar 9,081%, yang berarti bahwa faktor 2 mampu menjelaskan 9,081% variasi variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor 3 mempunyai persentase sumbangan variance sebesar 7,260%, yang berarti bahwa faktor 3 mampu menjelaskan 7,260% variasi variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan sumbangan variasi ini maka dapat diketahui bahwa faktor 1 ialah faktor yang paling dominan dibandingkan faktor yang lain karena faktor 1 mampu menjelaskan variasi yang paling besar dibandingkan faktor yang lain yaitu sebesar 47,495%.

Sehingga ketiga faktor mampu menjelaskan 63,836% variasi dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebanyak 31,164% dipengaruhi oleh atribut-atribut lain di luar atribut yang telah ditentukan.

4. Factoring dan rotasi

Hasil rotasi faktor dan hasil perhitungan besarnya nilai faktor loading

menggunakan bantuan program SPSS 22 yang dapat dilihat dari tabel *Rotated Component Matrix* sebagai berikut:

23

Tabel 4.11 Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
Q1	.063	.720	.209
Q2	-.002	.312	.734
Q3	.408	.573	.214
Q4	.528	.617	.147
Q5	.576	.516	-.138
Q6	.782	.106	.062
Q7	.354	.129	.806
Q8	.592	.468	.356
Q9	.725	.360	.031
Q10	.638	.319	.006
Q11	.431	.619	.201
Q12	.120	.737	.137
Q13	.812	.059	.329
Q14	.713	.257	.158
Q15	.737	.142	.322

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a
 a. Rotation converged in 7 iterations.

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan faktor loading yang cukup jelas untuk diinterpretasi. Berdasarkan hasil besarnya korelasi bahwa jaminan dan distribusi memiliki nilai loading sebesar 0.812, yang artinya 81,2% pada Q13 berhubungan dengan faktor satu karena yang paling besar di faktor satu, sedangkan kontribusi di faktor dua dan tiga lebih kecil oleh karena itu atribut packaging menarik masuk di faktor satu. Demikian juga penentuan pada atribut-atribut yang lain.

Sedangkan pada Q12 memiliki nilai loading sebesar 0.737, yang artinya 73,7% berhubungan dengan faktor dua karena

yang paling besar dua, sedangkan kontribusi di faktor satu dan tiga lebih kecil oleh atribut Q12 masuk di faktor dua. Demikian juga penentuan pada atribut-atribut yang lain.

Pada atribut Q7 itu memiliki nilai loading sebesar 0.806, yang artinya 80,6% berhubungan dengan faktor tiga karena yang paling besar di faktor tiga, sedangkan kontribusi di faktor satu dan dua lebih kecil oleh karena itu atribut Q7 masuk di faktor tiga. Demikian juga penentuan pada atribut-atribut yang lain.

Setelah atribut itu masuk ke faktor mana yang dilihat dengan nilai loading terbesar pada kelompok faktor dan menjadi anggota pada faktor tersebut. langkah Selanjutnya ialah penamaan faktor yang berdasarkan karakteristik sesuai dengan anggota atribut-atribut tersebut. Untuk lebih jelas dalam melihat atribut-atribut berdasarkan faktor yang terbentuk, maka dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Nama Faktor	%	Faktor yang terbentuk	Nilai Loading
Faktor 1 Jaminan dan Distribusi	47,495	Q1 (Harga terjangkau)	0,376
		Q6 (luas)	0,362
		Q9 (Mudah diidentifikasi)	0,392
		Q8 (Nyaman dikendarai)	0,225
		Q10 (Mudah tidak mudah pama)	0,688
Faktor 2 Kualitas Produk	9,081	Q13 (Suku cadang mudah dipgnt)	0,812
		Q14 (Suku cadang harganya terjangkau)	0,713
		Q15 (Tempat servis mudah ditemui)	0,737
		Q1 (Bertanaga besar)	0,220
		Q11 (Bentuk bodi yang pua)	0,373
Faktor 3 Kelas Soal	7,200	Q4 (Kualitas terapan)	0,517
		Q1 (Desain menarik)	0,619
		Q12 (Banyak yang merekomendasikan)	0,737
		Q2 (Banyak pilihan warna)	0,734
		Q7 (Merek terkenal)	0,806

Sumber : Data primer yang diolah

Hasil analisis menunjukkan bahwa 20 variabel yang diteliti diringkas menjadi 3 faktor menggunakan analisis faktor dengan metode rotasi faktor varimax. Prosentase kumulatif ketiga faktor tersebut ialah sebesar 63,836%, yang artinya bahwa ketiga faktor tersebut mampu menjelaskan variasi dari variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario sebanyak 63,836%.

Jenis Perilaku Konsumen (Perilaku Konsumen) Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo

Penelitian ini menggunakan model perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Assael dalam Simamora (2002) dengan mengembangkan dua faktor, yaitu keterlibatan dan beda antar merek, sehingga didapatkan empat tipe perilaku konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan perilaku konsumen dalam proses permintaan pembelian sepeda motor Honda Vario ialah perilaku pembelian yang kompleks (perilaku pembelian yang kompleks).

Perilaku keterlibatan dan konsumen yang tinggi menyadari perbedaan antara

berbagai merek. Keterlibatan tinggi berarti sebelum memutuskan untuk membeli sepeda motor Honda Vario, konsumen ingin mencurahkan waktu untuk mencari informasi tentang produk-produk ini untuk mendapatkan keputusan pembelian terbaik. Perbedaan merek nyata berarti konsumen menilai antara merek-merek ini sangat berbeda sehingga konsumen pertimbangkan merek yang akan dibeli. Hal ini bisa disimpulkan dengan hasil Analisa yang menunjukkan bahwa terdapat 3 faktor yang mempengaruhi yaitu faktor jaminan dan distribusi, Faktor kualitas produk, dan faktor kelas sosial yang tidak ada dalam merek lain. Dengan begitu permintaan sepeda motor Honda Vario juga akan meningkat.

Fungsi Permintaan Konsumen Membeli Sepeda Motor Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo.

Setelah mendapatkan faktor-faktor yang terbentuk, maka untuk mencari persamaan regresi dengan menentukan faktor skor. Dengan cara mengulangi langkah analisis faktor dan memilih "scores", kemudian pilih "Save as variables" dan pilih method "Regression". Skor faktor biasanya dihitung jika hasil dari analisis faktor akan digunakan untuk analisis lanjutan, karena

sebenarnya tanpa menghitung skor faktor hasil dari analisis ini sudah bermanfaat yaitu jika tujuannya hanya ingin mereduksi variabel. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor jaminan dan distribusi, faktor kualitas produk, dan faktor kelas sosial terhadap permintaan pembelian sepeda motor Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo. Berdasarkan analisis regresi ini dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22. Berikut estimasi skor faktor Coefficients" dengan metode regresi:

24
Tabel 4.13 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.750	.061		61.261	.000
	REGR factor score 1 for analysis 1	.057	.062	.063	.931	.354
	REGR factor score 2 for analysis 1	.658	.062	.720	10.694	.000
	REGR factor score 3 for analysis 1	.191	.062	.209	3.101	.003

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data yang diolah

Setelah dilakukan pengujian Analisis Faktor Skor Regresi terhadap data dalam tabel 4.13 maka diperolehnya hasil dengan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$, maka dapat dituliskan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 3,750 + 0,057X_1 + 0,658X_2 + 0,191X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Pendapatan

α = Konstanta

X_1 = Biaya Produksi

X_2 = Modal

X_3 = Tenaga Kerja

E = Standar error

β = Koefisien Regresi

Dari hasil pengujian tersebut regresi linier berganda terdapat persamaan yang menjelaskan:

a) Konstanta

$a = 3,750$ artinya apabila faktor pertimbangan harga sama dengan nol maka besarnya permintaan sebesar 3,750 satuan.

b) Koefisien ($\beta_1 = 0,057$) faktor jaminan dan distribusi

Ialah variabel biaya produksi mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan pada pendapatan sebesar 0,057 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan atau faktor jaminan dan distribusi berpengaruh terhadap permintaan pembelian sepeda motor Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo.

c) Koefisien ($\beta_2 = 0,658$) faktor kualitas produk

Ialah variabel modal mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka akan

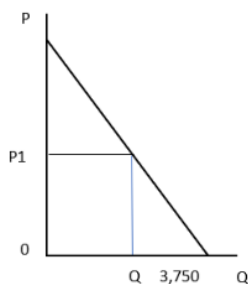
mengakibatkan peningkatan pada pendapatan sebesar 0,658 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan atau faktor kualitas produk berpengaruh terhadap permintaan pembelian sepeda motor Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo.

d) Koefisien ($\beta_3 = 0,191$) faktor kelas sosial

Ialah variabel tenaga kerja mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan pada pendapatan sebesar 0,191 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan atau faktor kelas sosial berpengaruh terhadap permintaan pembelian sepeda motor Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo.

Bentuk Kurva Demand

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa hasil pengujian menghasilkan persamaan regresi dan membentuk kurva permintaan pada fungsi permintaan, yaitu sebagai berikut :



Jika faktor pertimbangan harga sama dengan nol maka besarnya permintaan terhadap sepeda motor Honda Vario sebesar 3,750 satuan. Jika faktor pertimbangan harga mengalami perubahan atau naik satu-satuan, maka permintaan terhadap sepeda motor Honda Vario akan mengalami kenaikan satuan dengan asumsi variabel sama.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pembelian Sepeda Motor Honda Vario ialah:

1. Faktor Jaminan dan Distribusi yaitu meliputi: Q5 (Harga Terjangkau), Q6 (Irit), Q8 (Mudah dikendarai), Q9 (Nyaman dikendarai), Q10 (Mesin tidak mudah panas), Q13 (Suku cadang mudah didapat), Q14 (Suku cadang harganya terjangkau), dan Q15 (Tempat servis mudah ditemui).
2. Faktor Kualitas Produk yaitu meliputi: Q1 (Bertenaga besar), Q3 (Bentuk bodi yang pas), Q4 (Kualitas terjamin), Q11 (Desain menarik), dan Q12 (Banyak yang merekomendasikan).

3. Faktor Kelas Sosial yaitu meliputi: Q2 (Banyak pilihan warna), dan Q7 (Merek terkenal).

Sedangkan untuk faktor dominan yang mempengaruhi terhadap permintaan ialah faktor jaminan dan distribusi. Hal ini dikarenakan kondisi masyarakat di Kabupaten Sidoarjo memiliki ragam gaya hidup, pekerjaan, ekonomi, dan kebutuhan yang berbeda-beda yang dilandaskan pada teori perilaku konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti akan memberikan saran ³³ sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya. Yaitu dengan mencari ¹⁶ faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan sepeda motor diluar dari faktor yang ditemukan dalam penelitian ini.
2. Bagi perusahaan, diharapkan dengan adanya penelitian ini perusahaan dapat mempertimbangkan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan permintaan produk dengan memperhatikan: Sepeda motor

Honda Vario perlu ditambah variasi warna dan *stripping body* yang lebih beragam agar konsumen lebih banyak mempunyai pilihan warna. Selain warna, sepeda motor matik Honda Vario sebaiknya lebih diberi variasi agar lebih meningkatkan kenyamanan konsumen yang menggunakannya, misalnya dengan memakai rem cakram (*disk brake*) baik untuk roda depan maupun belakang.

3. Bagi konsumen, diharapkan penelitian ini mampu memberikan informasi tentang faktor yang mempengaruhi permintaan seseorang membeli sepeda motor Honda Vario di Kabupaten Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Wahyuningsih (2019). *Pengaruh Gaya Hidup dan Selera Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Iestari Jaya Makassar*. (Skripsi). UIN Alauddin.
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Rhineka Cipta.

¹⁸ Barthos, Basir (1995). *Manajemen Sumber Daya Manusia Suatu Pendekatan Makro* Jakarta: Bumi Aksara.

Bachri, Bachtiar. Meyakinkan (2010). *Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif. Jurnal Teknologi Pendidikan*. Vol.10 No.1. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.

²⁷ Badan Pusat Statistik : *Distribusi Penduduk Berusia 15 Tahun Keatas Yang Bekerja Menurut lapangan Pekerjaan Utama Tahun 2015 – 2019* (<https://sidoarjo.kab.bps.go.id/> diakses pada 8 November 2020)

²⁰ Candora. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin Kayu Di Dusun Krebet Kecamatan Panjang Kabupaten Bantul DIY Tahun 2013*. Fakultas Ekonomi Universitas ATMA Jaya Yogyakarta

¹⁷ Danniell. (2004). *Teori Ekonomi Mikro Prinsip Dasar dan Pengembangannya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Fina Kurniawati. (2015). *Analisis Faktor Yang Menjadi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Honda Beat 110 CC*. Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.

⁹ Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Oto: *daftar dealer motor di Sidoarjo* (www.oto.com di akses pada 16 Desember 2020)

Portal Sidoarjo : *Profil Masyarakat* (<http://portal.sidoarjo.kab.go.id> diakses pada 9 November 2020)

Samarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga

² Santoso, Singgih dan Fandy, Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran : Konsep Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo

Statistikian: *Asumsi Analisis Faktor dengan SPSS* (<https://www.statistikian.com/2014/03/asumsi-analisis-faktor-dengan-spss.html> diakses pada tanggal 25 Desember 2020)

32
Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

13
Sukirno, Sadono. 2015. *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Sukirno, Sadono. 2005. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. PT. RajaGrasindo Perseda. Jakarta.

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN TERHADAP PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIK DI KABUPATEN SIDOARJO

ORIGINALITY REPORT

% 17	% 15	% 4	% 7
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.slideshare.net Internet Source	% 3
2	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	% 1
3	www.scribd.com Internet Source	% 1
4	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	% 1
5	saturn.uni-mb.si Internet Source	% 1
6	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	% 1
7	docplayer.net Internet Source	% 1

8	Internet Source	% 1
9	eprints.uny.ac.id Internet Source	% 1
10	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	% 1
11	Submitted to Symbiosis International University Student Paper	<% 1
12	smpn25mks.files.wordpress.com Internet Source	<% 1
13	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<% 1
14	Submitted to University of Birmingham Student Paper	<% 1
15	lib.ui.ac.id Internet Source	<% 1
16	eprints.undip.ac.id Internet Source	<% 1
17	repository.unpas.ac.id Internet Source	<% 1
18	adoc.pub Internet Source	<% 1
19	Submitted to Universitas Hasanuddin Student Paper	<% 1

20	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<% 1
21	moam.info Internet Source	<% 1
22	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<% 1
23	hdl.handle.net Internet Source	<% 1
24	Submitted to iGroup Student Paper	<% 1
25	www.jp.feb.unsoed.ac.id Internet Source	<% 1
26	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<% 1
27	sidoarjokab.bps.go.id Internet Source	<% 1
28	id.123dok.com Internet Source	<% 1
29	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<% 1
30	digilib.esaunggul.ac.id Internet Source	<% 1
31	ojs.excelingtech.co.uk	

Internet Source

<% 1

32

ejournal.upi.edu

Internet Source

<% 1

33

repository.president.ac.id

Internet Source

<% 1

34

www.ccsenet.org

Internet Source

<% 1

35

karyatulisilmiah-skripsi.blogspot.com

Internet Source

<% 1

36

Yuri Sato. "Chapter 5 Local Firms' Capability Development in Captive Value Chains: Evidence from the Indonesian Motorcycle Industry", Springer Science and Business Media LLC, 2011

Publication

<% 1

37

d2binholisipil.wordpress.com

Internet Source

<% 1

38

Melinda Desy Wahyuni. "PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN MEREK, KUALITAS PELAYANAN dan LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Natasha Skin Clinic Center Gresik).", MANAJERIAL, 2019

Publication

<% 1

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE
BIBLIOGRAPHY ON