

**PENGARUH FAKTOR KELAS SOSIAL, GAYA HIDUP, DAN KEPRIBADIAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT
PADA PT. HONDA DINAMIKA MOTORDI
KOTA KUPANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh

HANDRIYANI K. KLEDEN

NO. REG. 321 10 048

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2014**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH FAKTOR KELAS SOSIAL, GAYA HIDUP, DAN KEPRIBADIAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT
PADA PT. HONDA DINAMIKA MOTOR
DI KOTA KUPANG**

Yang diajukan oleh :

Nama : Handriyani Kerwadju Kleden

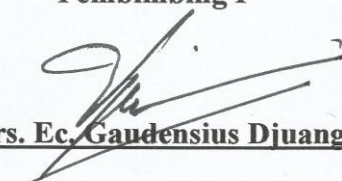
Nomor Registrasi : 32110048

Jurusan : Manajemen

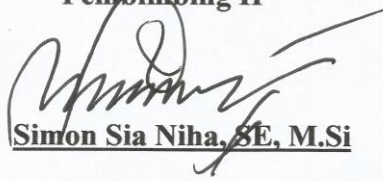
Program Studi : Manajemen

**Skripsi ini telah disetujui oleh Tim Pembimbing Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang**

Pembimbing I

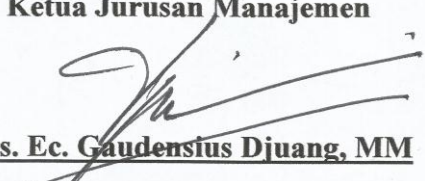

Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM

Pembimbing II


Simon Sia Niha, SE, M.Si

Kupang, 19 November 2014

Ketua Jurusan Manajemen


Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH FAKTOR KELAS SOSIAL, GAYA HIDUP, DAN KEPERIBADIAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT
PADA PT. HONDA DINAMIKA MOTOR
DI KOTA KUPANG**

Nama : Handriyani Kerwadju Kleden

Nomor Registrasi : 32110048

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

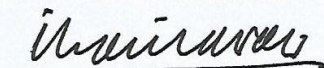
**Telah dipertahankan di depan dewan penguji dan dinyatakan Lulus
pada tanggal 19 November 2014 di ruang MM B 116**

1. Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM
2. Sekretaris : Simon Sia Niha, SE, M.Si
3. Anggota Penguji I : Dra. Sukamti, MM
4. Anggota Penguji II : Drs. Antonius Ugak, M.Si
5. Anggota Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM

Mengetahui

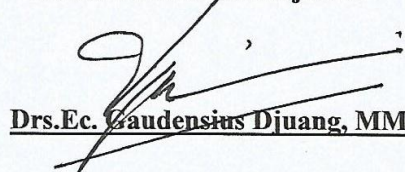
Kupang, November 2014

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Thomas Ola, SE, M.Si

Ketua Jurusan Manajemen



Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM

Motto

**Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau,
Janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu;
Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau;
Aku akan memegang engkau
dengan tangan kananku yang membawa kemenangan
(Yesaya 41:10)**

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk:

1. Almarhumah Mama Maria Wardah Bachmid-Kleden dan juga Almarhum Kakak Elisabeth T. Kleden yang telah kembali ke pangkuan Bapa di surga yang mempunyai harapan dan cita-cita tinggi untuk kesuksesan dan yang telah menghantarkan penulis dalam mencapai cita-cita semoga tenang dan damai di alam yang abadi Dalam Nama Tuhan Yesus Kristus.
2. Kepada Bapak Petrus B. Kleden yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh ketegasan.
3. Adik-adik tercinta Emelinda A.Z. Kleden dan Ulfia C. Kleden.
4. Teman-teman dan sahabatku mahasiswa studi S1 Manajemen di Kupang serta Teman-teman Taputar, yang telah membantu dan memberikan dorongan dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
5. Almamaterku tercinta Universitas Katolik Widya Mandira Kupang khususnya Fakultas Ekonomi.

Kupang, November 2014

Penulis

ABSTRAK

Handriyani K. Kleden (32110048) “Pengaruh Faktor Kelas Sosial, Gaya Hidup, Dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada PT. Honda Dinamika Motor Di Kota Kupang”. Di bawah bimbingan Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM. selaku pembimbing I dan Bapak Simon Sia Niha, SE, M.Si. selaku pembimbing II.

PT. Honda Dinamika Motor Kupang merupakan salah satu distributor sepeda motor pabrikan Honda yang menjual dan memasarkan sepeda motor, salah satunya adalah sepeda motor Honda Beat yang volume penjualannya mengalami fluktuasi dari bulan Januari-Desember pada tahun 2013 dan menurun jumlah penjualannya dibandingkan tahun 2012. Penurunan ini diduga dipengaruhi faktor kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian dalam keputusan pembelian. Masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana gambaran pengaruh faktor Kelas sosial, Gaya hidup, dan Kepribadian terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Honda Dinamika Motor Kupang? 2) Apakah faktor Kelas sosial, Gaya hidup, dan Kepribadian secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Honda Dinamika Motor Kupang? 3) Apakah faktor Kelas sosial, Gaya hidup, dan Kepribadian secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Honda Dinamika Motor Kupang?

Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli sepeda motor Honda Beat pada PT. Honda Dinamika Motor di Kota Kupang. Sampel ditentukan sebanyak 100 orang, dengan teknik pengambilan sampel secara aksidental. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuesioner, Data diolah dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan capaian indikator kelas sosial 81,6% dalam kategori baik, gaya hidup 81,33% dalam kategori baik, kelas sosial 85,67% dalam kategori sangat baik, dan keputusan pembelian 83,47% dalam kategori baik. Berdasarkan analisis statistik regresi linier berganda diperoleh persamaan sebagai berikut: $Y = 2,245 + 0,308X_1 + 0,263X_2 + 0,256X_3 + e$. Hasil uji t menunjukkan bahwa dari tiga variabel yaitu kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan bahwa dari tiga variabel yaitu kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi = 0,724, di mana 72,4% keputusan pembelian merupakan kontribusi dari variabel kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian, sedangkan sisanya 27,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan analisis tersebut disarankan untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat, maka pihak PT. Honda Dinamika Motor menyarankan kepada PT. Astra Motor Honda Indonesia untuk lebih melakukan inovasi sepeda motor sesuai gaya hidup dan juga lebih memahami targeting pasar.

Kata Kunci: Kelas Sosial, Gaya Hidup, Kepribadian dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat rahmat dan bimbingannya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Faktor Kelas Sosial, Gaya Hidup, Dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada PT. Honda Dinamika Motor Di Kota Kupang**”.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademik dalam penyelesaian pendidikan di Jurusan atau Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Bersama ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. P. Yulius Yasinto, SVD, MA.M.Sc selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Jurusan atau Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira-Kupang.
2. Bapak Dr. Thomas Ola, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu penulis dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik di Fakultas Ekonomi dalam kepemimpinan Beliau.
3. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang dan juga selaku

pembimbing I dan penguji III, yang telah memberikan kesempatan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan mulai dari persiapan proposal penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Sukanti, MM selaku dosen wali dan juga selaku penguji I yang telah memberikan masukan dan perbaikan yang sangat membantu bagi penulis.
6. Bapak Antonius Ugak, M.Si selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan yang membantu kepada penulis.
7. Bapak dan Ibu dosen lainnya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
8. Para Pegawai Tata Usaha khususnya Om Anis dan Om Toteh yang sangat membantu dalam menyiapkan segala keperluan perkuliahan.
9. Om Simon yang selalu setia menjadi teman cerita dan juga membantu menyiapkan keperluan perkuliahan.
10. PT. Honda Dinamika Motor Kupang yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian di perusahaannya.
11. Keluarga saya Bapak Petrus, Mama Wardah, Kakak Elza, adik Linda dan Ulfa, saudara Pisto dan juga Rinto serta mereka yang tidak dapat disebutkan.
12. Teman-teman seperjuangan Waty, Shanty, Riky, Cikal, Laura, Suci, Aling, Denzo, Don, Kipe, Ridho, Wily, Alince, Natalia, Marcelina, Alesia, Alan, Itho, Rola, Nina, Troy, Poyo, Mey, Mely, Itin, Nino, Roby, Anwar, Egis, Diles dan

lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan menemani penulis dalam suka maupun duka.

13. Teman-teman Taputar yang selalu setia menemani di rumah siang dan malam Rio, Tomy, Charli, Iky, Gunz, Bremen, Nyoger, Abad, Bencos, Koko, Jordy, Andri, Vegor, Galo, Indo, Che, Ray, Cay, Eto dan yang lainnya yang tidak sempat di sebutkan namanya satu per satu.
14. Teman-Teman United Indonesia Kupang (UIK) yang juga selalu memberikan motivasi bagi saya Kak Rara, Kak Endo, Kak Ocin, Kak Ito, Brian, Ocha, Kevin, Leo, AG, Jerry, Ape, Ivan, Ardy, Biang, Ebhy dan juga teman-teman UIK lainnya yang tidak sempat disebutkan.
15. Dan semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Tuhan Allah Membalas budi baik semua pihak yang telah memberi kesempatan, dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, tetapi penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Kupang, November 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
MOTTO	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Pemasaran	12
B. Produk	14
C. Segmentasi Psikografis	15
1. Kelas Sosial	16

2. Gaya Hidup.....	17
3. Kepribadian	18
D. Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Proses Keputusan Pembelian dan Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	19
E. Penelitian Terdahulu	28
F. Kerangka Pemikiran.....	30
G. Hipotesis.....	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	33
B. Populasi dan Sampel	33
C. Jenis Data	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Variabel Penelitian, Defenisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran.....	36
F. Uji Validitas dan Uji Realibilitas	37
G. Analisis Data	39
1. Analisis Deskriptif.....	39
2. Analisis Statistik Inverensial	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden	46
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian.....	50
1. Uji Validitas.....	50
2. Uji Realibilitas.....	52
C. Analisis Data	53

1. Analisis Deskriptif.....	53
2. Analisis Statistik Inferensial	58
D. Pembahasan.....	64
1. Pengaruh Variabel Kelas Sosial (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	65
2. Pengaruh Variabel Gaya Hidup (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	66
3. Pengaruh Variabel Kepribadian (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	68
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Tipe Sepeda Motor Honda Yang Masih Di Pasarkan Di Indonesia Thun 2014	5
Tabel 1.2 Penjualan Sepeda Motor Beat Di Seluruh Indonesia Tahun 2008-Tahun 2013	6
Tabel 1.3 Penjualan Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Kupang Tahun 2012-2013	8
Tabel 3.1 Variabel Penelitian, Defenisi Operasional, Indikator, Dan Skala Pengukuran	36
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	47
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	48
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	49
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Viliditas	51
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Realibilitas	53
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kelas Sosial (X1).....	54
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup (X2).....	55
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepribadian (X3).....	56
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4.11 Analisis Regersi Linear Berganda.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji f.....	63

Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi R^2	64
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen (Prasetijo dan Ihalauw)	21
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen (Kotler <i>and</i> Keller).....	22
Gambar 2.3 Tahap-Tahap Antara Evaluasi Dan Keputusan Pembelian	26
Gambar 2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Konsumen	28
Gambar 2.5 Skema Kerangka Berpikir	31