ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH MOTIVASI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Dini Ardiansyah

Semakin majunya tingkat kehidupan masyarakat, menyebabkan kebutuhan manusia semakin kompleks terutama pada pemenuhan kendaraan bermotor berupa sepeda motor. Selain itu, meningkatnya jumlah penduduk dan semakin bervariasinya tingkat pendapatan masyarakat, maka produsen dituntut untuk lebih memperhatikan motivasi dan sikap konsumen dalam rangka mempertahankan kesinambungan perusahaan.

Penjualan sepeda motor Suzuki baik secara absolute maupun secara persentase menunjukkan fluktuasi selama tahun 2006 - 2009. Motivasi dan Sikap Konsumen dapat dilihat perusahaan melalui volume penjualan perusahaan. Dalam kondisi perekonomian sekarang ini kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat sesuai dengan fungsi pemasaran yang merupakan salah satu fungsi pokok yang harus dulakukan oleh perusahaan untuk dapat berkembang dan mendapatkan laba yang maksimal. Permasalahannya adalah apakah motivasi dan sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di Kota Bandar Lampung?

Hipotesis yang dirumuskan adalah Motivasi dan sikap mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di kota Bandar lampung.

Untuk menjawab hipotesis tersebut digunakan model analisis regresi berganda, ternyata secara statistik baik secara bersama-sama maupun secara parsial hipotesis tersebut dapat diuji.

Secara statistik bahwa secara keseluruhan variabel bebas (motivasi dan sikap) mempengaruhi keputusan konsumen membeli motor Suzuki. Besarnya pengaruh variabel bebas tersebut terlihat dari nilai Koefisien Determinasi (R^2) = 0,259. Ini berarti sumbangan seluruh variabel bebas terhadap keputusan membeli motor Suzuki di Kota Bandar Lampung sebesar 25,90 % dan sisanya 74,10 % dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diidentifikasi pada penelitian ini.

Diharapkan para dealer Sepeda motor Suzuki di Kota Bandar Lampung selalu memperhatikan tentang motivasi dan sikap masyarakat (konsumen) dalam memutuskan pembelian sepeda motor. Mengingat kedua variable tersebut bersifat positip. Ini berarti semakin baik model, kualitas motor Suzuki, maka semakin termotivasi konsumen untuk membeli motor Suzuki.