

PROSIDING

**SEMINAR NASIONAL ILMU TERAPAN (SNITER)
DAN
CALL FOR PAPERS**

**"PENERAPAN RISET BERBASIS IPTEK
UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING BANGSA"**



**Universitas Widya Kartika
Surabaya, 24 Agustus 2017**

ISSN : 2597-7067

TIM REVIEWER DAN EDITOR

BUKU PROSIDING

REVIEWER

SEMINAR NASIONAL ILMU TERAPAN (SNITER) TAHUN 2017

ISSN: 2597-7067

- Dr. Murni Joesa Sembiring, M.Sc
- Ary Dwijandika, S.T., M.T
- Ir. Tanaji, M.T
- Drs. Hartanto, M.Sc
- Drs. Triyanto Siswanto, M.Pd.

EDITOR:

- Yessatan Widayati, S.Kom., M.Kom
- Indra Budi Triano, S.T., M.Kom.
- Arif Suljanda, S.T., M.T.
- Yoga Adil Korong Gama, S.ST., M.T.

UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA

Alamat : Jl. Sutorejo Prima Utara II/1 Surabaya 60113

Telepon : 031-5922403

Fax : 031-5925790

E-mail : sniter@widyakartika.ac.id

Laman : sniter.widyakartika.ac.id, www.widyakartika.ac.id

TIM REVIEWER DAN EDITOR

REVIEWER:

- Prof. Dr. Drs. Ec. Herman Budi Sasono, M.M.
- Dr. Erna Ferrinadewi Kusnarsiyah, S.E., M.M.
- Dr. Murpin Josua Sembiring, M.Sc.
- Ary Dwi Jatmiko, S.T., M.T.
- Ir. Tamaji, M.T.
- Drs. Darmanto, M.Sc.
- Drs. Triyanto Siswanton, M.Pd.

EDITOR:

- Yonatan Widiyanto, S.Kom., M.Kom.
- Indra Budi Trisno, S.T., M.Kom.
- Arief Budijanto, S.T., M.T.
- Yoga Alif Kurnia Utama, S.ST., M.T.

**Daftar Pemakalah Kelompok C
TEKNOLOGI TERAPAN di R.305**

No.	Makalah & Penulis	No. Hal
1	PERANCANGAN SISTEM ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA PERPUSTAKAAN BERDASARKAN METODE SERVICE QUALITY <i>Wibowo Arninputranto, Renanda Nia Rachmadita</i>	C01-1
2	OPTIMASI JUMLAH KAMAR PADA PEMBANGUNAN BUDGET HOTEL DENGAN INTEGER LINEAR PROGRAMMING <i>Pranakusuma Sudhana</i>	C02-1
3	PERANCANGAN APLIKASI MOBILE BERBASIS SMS GATEWAY DAN WEB ENGINEERING DENGAN UNIFIED MODELLING LANGUAGE (UML) <i>Kristiawan Nugroho</i>	C03-1
4	APLIKASI KAMUS <i>IDIOM</i> INGGRIS – INDONESIA BERBASIS <i>MOBILE</i> MENGGUNAKAN <i>IMAGE PROCESSING</i> <i>Jonathan Putra Pangapul, Robby Kurniawan Budhi, Dwi Taufik Hidayat</i>	C04-1
5	PERANCANGAN SISTEM INFORMASI ADMINISTRASI PENGIRIMAN BARANG (EKSPOR) PADA PT. BERLIAN GLOBAL TRANSPORTAMA BERBASIS APLIKASI DESKTOP <i>Victor Yoshua, Robby Kurniawan, Yonatan Widiyanto</i>	C05-1
6	AUDIT OPERASIONAL UNTUK MENILAI EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI FUNGSI PERSEDIAAN PADA PT. MITRA PINASTHIKA MUSTIKA AUTO CABANG KENJERAN <i>Rifcha, Melvie Paramitha, Eva Johana</i>	C06-1
7	ORIENTASI WIRAUSAHA DAN KEUNGGULAN BERSAING DARI PERSPEKTIF INOVASI DAN NETWORK (STUDI PADA SUB SEKTOR INDUSTRI KREATIF DI PEKALONGAN) <i>Wahjono, Anton Sujarwo</i>	C07-1
8	PENERAPAN PENGUATAN PENDIDIKAN KARAKTER DI LINGKUNGAN PENDIDIKAN TINGGI UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING BANGSA <i>Mohammad Aufin</i>	C08-1
9	IMPLEMENTASI <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)</i> MENGGUNAKAN <i>TRIPLE BOTTOM LINE</i> PADA CV. BINTANG JAYA DI SURABAYA <i>Yonatan Januar</i>	C09-1
10	MEDIA ALTERNATIF SOFTWARE PRAKTIKUM AKUNTANSI SMK BERBASIS OPEN SOURCE <i>Darmanto</i>	C10-1
11	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP SEPEDA MOTOR <i>SPORT</i> KAWASAKI NINJA 250 FI DI SURABAYA <i>Surya, Martinus Rukismono</i>	C11-1

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP SEPEDA MOTOR *SPORT* KAWASAKI NINJA 250 FI DI SURABAYA

Surya, Martinus

Universitas Widya Kartika Surabaya

zrus_surzz@yahoo.com, martinus_rukismono@yahoo.com

ABSTRAK

Fenomena Kawasaki Ninja 250 Fi adalah fenomena yang menarik karena tingginya minat konsumen terhadap varian sepeda motor sport Ninja tersebut. Untuk itu, tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Kawasaki Ninja 250 Fi. Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dengan menggunakan 5 faktor: personal factors, social factors, behavioral factor, marketing mix, dan faktor lingkungan sosial budaya. Jumlah indikator dari kelima faktor tersebut adalah 28 indikator. Teknik analisis data menggunakan analisis faktor. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 4 faktor hasil reduksi faktor, yaitu: faktor penampilan diri (faktor 1), faktor karakteristik demografis dan lingkungan sosial (faktor 2), faktor promosi dan referensi (faktor 3), dan faktor harga dan iklan (faktor 4). Hasil reduksi analisis faktor sehingga menjadi 4 faktor tersebut mampu menjelaskan varian indikator sebesar 65,163%.

Kata Kunci: sniter 2017, analisis faktor, keputusan pembelian, kawasaki.

1. PENDAHULUAN

Fenomena Kawasaki Ninja 250 Fi adalah fenomena yang menarik karena tingginya minat konsumen terhadap varian sepeda motor *sport* Ninja tersebut. Menurut Nurdiansah (2014:57) bahwa Kawasaki Ninja 250 Fi merupakan produk yang saat ini berkembang pesat dilihat dari banyaknya pengguna. Kawasaki Ninja 250 Fi merupakan produk yang dikeluarkan oleh PT. Kawasaki Motor Indonesia yang membuat kendaraan jenis *sport* dengan fasilitas yang baik dan dengan harga yang terjangkau untuk kalangan menengah. Kawasaki Ninja 250 Fi dinilai memiliki daya tarik sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk membelinya. Penelitian yang dilakukan oleh Nurdiansah (2014) terhadap 72 pemilik sekaligus pengguna Kawasaki Ninja 250 Fi dengan temuan bahwa faktor yang mempengaruhi pembelian adalah: kualitas yang baik, bentuk/disain yang menarik, nama merk yang terkenal, harga sesuai dengan kualitas, ketersediaan barang, pengetahuan karyawan tentang produk, dan pelayanan yang diberikan cukup baik.

Berdasarkan pada fenomena tersebut, maka dalam penelitian ini akan dikaji ulang mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada sepeda motor

Kawasaki Ninja 250 Fi di Surabaya. Hasil penelitian ini nantinya akan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya untuk memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada sepeda motor *sport* khususnya pada merek kawaski Ninja 250 Fi. Tujuan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sepeda motor *sport* Kawasaki Ninja 250 Fi di Surabaya.

Berdasarkan pendapat Zeithaml (1988) dalam Boonlertvanich (2009:58) dinyatakan bahwa keputusan pembelian yang dibuat oleh konsumen adalah pola perilaku konsumen yang diawali, ditentukan, dan diikuti oleh proses pembuatan keputusan untuk pembelian produk, ide, atau layanan. Keputusan pembelian yang dibuat oleh konsumen adalah pola perilaku dari awal sampai terealisasinya pembelian sebuah produk dengan tujuan untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan konsumen. Penjelasan yang dinyatakan oleh Yang dan Carmon (2010:1) bahwa keputusan pembelian yang dibuat oleh konsumen akan lebih mudah ketika konsumen mengetahui apa yang dibutuhkan.