



**PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR METIK MEREK HONDA PASCA INSIDEN
KERUSAKAN RANGKA ESAF DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1

Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Kartika

Oleh

Emmanueli Saro Zendrato

NRP: 11120041

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

SURABAYA

2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan pimpinan-Nyayang telah penulis terima selama melaksanakan Skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan menyusun skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Metik Merek Honda Pasca Insiden Kerusakan Rangka Esaf di Surabaya”. Peneliti dan penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Kartika Surabaya.

Pada Kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa, yang telah menyertai dan memberikan rahmat dan hikmat untuk penelitian sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Bapak Filipus Priyo Suprobo, S.T., M.T. selaku rektor Universitas Widya Kartika yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis khususnya saat penulis aktif menjabat di Badan Legislatif Mahasiswa Universitas Widya Kartika.
3. Yth. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M. Selaku Kepala Studi Manajemen Universitas Widya Kartika dan selaku Dosen Pembimbing 1 (Satu).
4. Yth. Bapak Diki Putra Setianto, S.M., M.S. Selaku Dosen Pembimbing 2 (Dua).
5. Yth. Dosen Wali saya Bapak Diki Putra Setianto, S.M., M.S. Selaku Dosen Wali.
6. Yth. Bapak Erwin Rediono Tan, TBA. MFs. Selaku Dosen Penguji 3 (Tiga) Sidang Ujian Skripsi.
7. Narasumber-Narasumber yang turut serta meluangkan waktu untuk bekerja sama dalam proses penelitian ini.
8. Semua Pihak yang Telah mendoakan saya, Terutama kepada keluarga saya yang mendukung penuh dalam menyelesaikan Skripsi ini.
9. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika yang telah memberikan ilmu serta motivasi kepada penulis selama masa studi penulis di Universitas Widya Kartika.
10. Teman-teman Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika Angkatan 2020 yang telah saling mendukung dan mengisicerita selama masa studi penulis di Universitas Widya Kartika.
11. Terima kasih untuk teman-teman semua yang ada tinggal di Brother House yang selalu

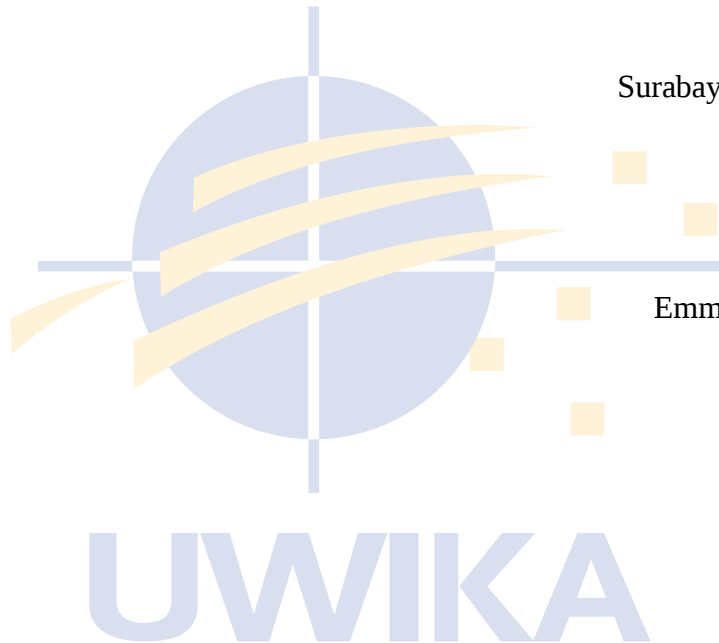
mendoakan saya dalam menyelesaikan tugas Skripsi saya.

12. Terimakasih untuk Bapak Ishak Ong selaku wali penulis selama berkuliah yang telah mendukung saya dari awal saya masuk Brother House hingga sampai saat ini.

Dalam penyusunan skripsi ini juga terdapat hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat terselesaikan dengan baik juga berkat bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Namun demikian, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat terbuka untuk diterima oleh penulis agar dapat menjadi lebih baik lagi.

Surabaya 19 November 2024

Emmanueli Saro Zendrato



ABSTRAK

Emmanueli Saro Zendrato

Skripsi,

“Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Metik Merek Honda Pasca Insiden Kerusakan Rangka Esaf di Surabaya”

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Metik Merek Honda Pasca Insiden Kerusakan Rangka Esaf di Surabaya. Fenomena kerusakan rangka sepeda motor Honda (esaf) yang banyak di perbincangkan masyarakat. Dalam konteks kualitas, harga, dan sebagainya merek Honda adalah salah produk yang banyak diminati masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif, sehingga peneliti dapat menggali makna dari fenomena ketimpangan yang terlihat dan memperoleh data yang konkrit, detail, dan transparan. Informasi dalam penelitian ini yaitu Pengguna kendaraan metik merek Honda tahun 2019-2024, Data yang diperoleh dari wawancara kemudian diolah melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasilnya diketahui bahwa, pengguna kendaraan sepeda motor metik lebih memilih untuk membeli merek Honda di karena dorongan dari keluarga, harga yang cukup terjangkau, bahan bakar yang irit, desain bentuk kendaraanya. Hal yang membuat semakin meluas informasi seputar tentang pengguna merek Honda karena dapat di ketahui apa saja kendala atau keluhan masyarakat tentang merek tersebut, bahkan salah satu narasumber merasa sedikit khawatir tentang isu kerusakan patah rangka tersebut namun di lain sisi mereka masih belum percaya karena belum pernah mengalami fenomena yang banyak beredar di media sosial.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah bahwa konsumen terdorong membeli kendaraan metik merek Honda karena dorongan keluarga dan merek Honda dari dulu semua suka. Hal ini memberikan dampak positif terhadap pengguna merek Honda dan terutama bagi perusahaan.

Kata kunci: *the purchasing decision in choosing a metic motorbike vehicle is quality, and affordable price*



ABSTRACT

Emmanueli Saro Zendrato

Thesis,

"Consumer Behavior in Purchasing Decisions on Honda Metik Motorcycles After the Esaf Frame Damage Incident in Surabaya"

This research aims to analyze consumer behavior in purchasing decisions for Honda brand Metik motorbikes after the Esaf frame damage incident in Surabaya. The phenomenon of damage to Honda motorbike frames (esaf) is widely discussed by the public. In the context of quality, price, and so on, the Honda brand is one of the products that is in great demand by the public.

This research uses qualitative methods, so that researchers can explore the meaning of visible inequality phenomena and obtain concrete, detailed and transparent data. The information in this research is Honda brand automatic vehicle users in 2019-2024. Data obtained from interviews was then processed through the stages of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results show that automatic motorbike users prefer to buy the Honda brand because of encouragement from the family, the price is quite affordable, fuel efficient, and the design of the vehicle. The thing that makes information more widespread about Honda brand users is because you can find out what problems or complaints the public has about the brand, even one of the interviewees felt a little worried about the issue of broken frame damage, but on the other hand, they still didn't believe it because they had never experienced it. a phenomenon that is widely circulating on social media.

The conclusion in this research is that consumers are encouraged to buy Honda brand automatic vehicles because of family encouragement and everyone has always liked the Honda brand. This has a positive impact on Honda brand users and especially for the company.

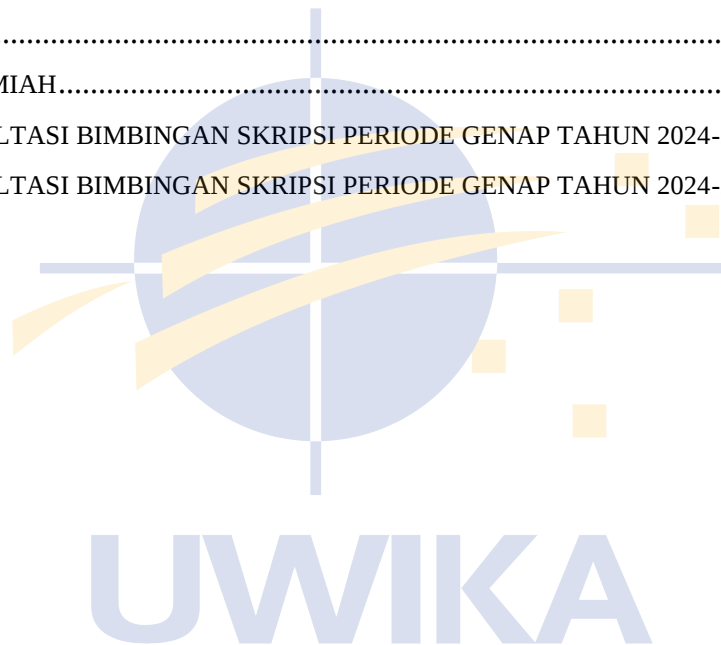
Keywords: the purchasing decision in choosing a metik motorbike vehicle is quality, and affordable price

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS & PERSETUJUAN PUBLIKASI AKADEMIK PERIODE GENAP TAHUN 2024-2025.....	i
BERITA ACARA PENGESAHAN SIDANG AKHIR SKRIPSI/TUGAS AKHIR PERIODE GASAL/TAHUN 2024-2025.....	ii
PERSETUJUAN SIDANG AKHIR SKRIPSI PERIODE GANJIL/GENAP	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Asna(2010).....	13
2.1.2 Fauzy Waladi (2013)	14
2.1.3 Agung Gita Subakti, (2019)	14
2.2 Pertumbuhan Konsumen.....	16
2.3 Pemasaran	17
2.4 Pengertian Kualitas Produk	18
2.5 Tujuan Penetapan Kualitas	19
2.6 Keputusan Konsumen	20
2.7 Harga.....	20
2.7.1 Pengertian Harga	21
2.7.2 Penetapan harga.....	Error! Bookmark not defined.
2.7.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi harga	22

2.8	Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.9	Perilaku Konsumen	26
2.10	Indikator-Indikator Perilaku konsumen dalam keputusan pembelian.....	26
2.11	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	27
A.	Faktor budaya (<i>Cultural</i>).....	27
B.	Faktor Sosial (<i>Social</i>).....	27
C.	Faktor Pribadi (<i>Personal</i>).....	28
D.	Faktor Psikologis (<i>Psychological</i>)	29
2.12	Keputusan Pembelian.....	30
2.13	Keunggulan Produk	32
2.14	Kerangka Berpikir.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		36
3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Sumber dan Jenis Data	36
3.3	Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1	Populasi	37
3.3.2	Sampel.....	37
3.4	Alasan Memilih Lima Sampel	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	38
3.5.1	Observasi	38
3.5.2	Wawancara Mendalam (<i>Indepth Interview</i>)	39
3.6	Dokumentasi	41
3.7	Teknik Analisis data	41
3.7.1	Konten Analisis	41
BAB IV PEMBAHASAN.....		43
4.1	Latar Belakang Narasumber	43
4.1.1	Coding dan Pengolahan data.....	45
4.1.2	Data reduksi.....	48
4.1.3	Abstraksi.....	50
4.2	Pembahasan	52
4.2.1	Perilaku yang Santai atau Masih Percaya:	52
4.2.2	Merasa Nyaman:.....	53
4.2.3	Rasional:	54
4.2.4	Mempeoritaskan Saran dari Keluarga:.....	55

BAB V PENUTUP.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN 1.....	62
LAMPIRAN 2 (DOKUMENTASI)	63
Narasumber 1	63
Narasumber 2	63
Narasumber 3	64
Narasumber 4	64
Narasumber 5	65
LAMPIRAN 3.....	66
DRAFT ARTIKEL ILMIAH.....	67
LEMBARAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI PERIODE GENAP TAHUN 2024-2025	77
LEMBARAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI PERIODE GENAP TAHUN 2024-2025	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jenis Sepeda motor yang banyak di Penggunaan Konsumen (2023)	4
Gambar 1. 2 Penggujung Pameran Motor Merek Honda	6
Gambar 1. 3 Kerusakan Rangka eSAF	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	35
Gambar 4. 1 Konsumen yang membawa kendaraan matik merek Honda.....	53
Gambar 4. 2 Konsumen yang nyaman mengendari motor metik merek Honda dengan pelangganya	54
Gambar 4. 3 Konsumen yang merasa percaya dengan kualitas merek Honda	55
Gambar 4. 4 disarankan memilih untuk metik merek Honda	56



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Data Narasumber	38
Tabel 4. 1 Narasumber Pertama.....	44
Tabel 4. 2 Data Mentah Pertanyaan Nomor 1	45
Tabel 4. 3 Data Mentah Pertanyaan Nomor 2.....	46
Tabel 4. 4 Data Mentah Pertanyaan Nomor 3.....	47
Tabel 4. 5 Data Mentah Pertanyaan Nomor 4.....	48
Tabel 4. 6 Reduksi Data Pertanyaan Nomor 1.....	49
Tabel 4. 7 Reduksi Data Pertanyaan Nomor 2.....	49
Tabel 4. 8 Reduksi Data Pertanyaan Nomor 3.....	49
Tabel 4. 9 Reduksi Data Pertanyaan Nomor 4.....	50
Tabel 4. 10 Alasan narasumber memilih kendaraan metik merek Honda	50
Tabel 4. 11 Perilaku narasumber pasca insiden kerusakan rangka motor metik merek Honda.....	50
Tabel 4. 12 Pertama kali membeli kendaraan metik merek Honda di karenakan apa dan alasanya narasumber.	51
Tabel 4. 13 Gejala apa/masalah yang di alami konsumen pada kendaraan metik merek Honda pasca insiden kerusakan rangka.	51

UWIK