

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEBIASAAN DAN KOMITMEN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI BONANZA

*(ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRICE, HABIT PERCEPTION
AND CONSUMER COMMITMENTS TO THE DECISION OF
PURCHASE OF HONDA MOTORCYCLE IN BONANZA)*

Syairatun Nabilla

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Lamongan

Email: syairatunnabilla@gmail.com

** Correspondence*

Website:

<https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jekma>

Kata Kunci:

*Persepsi Harga,
Kebiasaan, Komitmen
Konsumen dan
Keputusan
Pembelian*

Keywords : *price perceptions, habits, customer commitment and purchasing decisions*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi harga, kebiasaan, dan komitmen konsumen terhadap keputusan pembelian baik secara parsial, simultan dan faktor yang paling dominan diantara ketiga variabel di atas yang mempengaruhi keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan CV. Bonanza Motor Babat Lamongan dan konsumen diler Bonanza Motor Babat Lamongan sedangkan sampel seluruh karyawan yang berjumlah 100 responden.

Dari hasil analisis uji t variabel persepsi harga diperoleh $t_{hitung} (3,106) > t_{tabel} (1,984)$, kebiasaandiperoleh $t_{hitung} (3,867) > t_{tabel} (1,996)$ dan komitmen konsumen diperoleh $t_{hitung} (7,257) > t_{tabel} (1,996)$. Hasil uji $F_{hitung} (250,245) > F_{tabel} (2,74)$. Dari uji regresi linier berganda $Y = 1,104 + 0,172 X_1 + 0,227 X_2 + 0,545 X_3 + e$, maka dapat dilihat nilai paling dominan adalah keputusan pembelian sebesar 0,545.

Abstract (12 pt)

The study aims to determine the influence of price perceptions, habits, customer commitment and purchaing decisions, work experience and working environment on the employee's performance both partially, simultaneously and

the most dominant factor among the three variables above that affect employee purchasing decisions . The population in this research is the employee of CV. Bonanza Motor Babat Lamongan and customer Cv Bonanza Motor Babat Lamongan While a sample of all employees amounting to 100 respondents.

From the results of a variable t test price perceptions $t_{count} (3.106) > t_{table} (1.984)$, work habits $t_{count} (3.867) > t_{table} (1.996)$ and working customer commitment obtained $t_{count} (7.257) > t_{table} (1.996)$. The purchasing decisions $F_{count} (250.245) > F_{table} (2.74)$. From a double linear regression test $Y = 1.104 + 0.172 X_1 + 0.227 X_2 + 0.545 X_3 + e$, it can be seen the most dominant value is a purchasing decisions of 0.545.

DAFTAR PUSTAKA

Adesta, Sonia Dea. 2015. Pengaruh Citra Merek, Harga, Iklan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. Studi Kasus pada Mahasiswa pengguna Smartphone Android Sony Xperia di Yogyakarta. Skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sunata Dharma Yogyakarta.

Adityo, B, 2011, Analisis pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang.

Agustinus, Dian, Welly. 2018. Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian. Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan terapan. Vol.15 no. 2.

Albari, (2016), "Mengenal Perilaku Konsumen Mengenai Penelian Motivasi", Jurnal Siasat Bisnis, UII, No.7 Vol. 1, Yogyakarta.

Alma, Buchari, 2019, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Aryani, Lilis, (2017), Pengaruh

Baskara, Hariyadi, 2018, Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas

Ghozali, Imam. 2017. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang

Syairatun Nabilla

J.Setiadi, Nugroho, 2018, Perilaku Konsumen, Jakarta: PT Kencana.

Jakarta: PT .indeks

Kotler, 2018. "Manajemen pemasaran" adisi tiga belas jilid 1,

Kotler, armstrong, 2018, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, jilid 2, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Keller, 2017, Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Keller, 2017, Manajemen Pemasaran. Edisi 12, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, 2018, Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 2, Jakarta: Indeks.

Lubis, A.S.,& Andayani, N.R.(2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Keputusan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. Of Business Administration,I(2), 232-243.

Nurul, Handoyo, Andi. 2013. Pengaruh kualitas produk, citra merek dan promosi penjualan dalam pengambilan keputusan pembelian produk mie sedap studi kasus pada konsumen mie sedap di kecamatan tembalang. Journal of social and polik.

Pelayanandan Persepsi akan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial, Jurnal Universitas Dian Nuswantoro Semarang