

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PELANGGAN UNTUK MENGGUNAKAN JASA BENGKEL MESIN JAYA  
PUTRAMAS DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



Oleh :

**Dyah Ayuningtyas**

**NIM : 14210795**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MAHARDHIKA  
SURABAYA**

**2018**

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui internal dan pengaruh eksternal terhadap keputusan pembelian konsumen produk kosmetik di Tamilnadu dan Kerala. Kuesioner diberikan kepada 500 konsumen yang semuanya menggunakan kosmetik. Dari 500 konsumen dihubungi, 412 kuesioner diterima dengan cakupan dan rincian yang dibutuhkan. Instrumen penelitian ini melibatkan dua bagian: bagian pertama instrumen terdiri dari pertanyaan pilihan paksa tentang karakteristik demografis: jenis kelamin, status perkawinan, usia, pekerjaan, tingkat pendapatan bulanan. Variabel bagian kedua dipilih untuk penelitian ini agar mengukur pengaruh perilaku pembelian konsumen di produk kosmetik. Paket Statistik untuk Sosial Science (SPSS) untuk Microsoft Windows 20.00 digunakan untuk melengkapi analisis data yang terkumpul. Statistik deskriptif, termasuk sarana, standar deviasi dilaksanakan secara berurutan untuk menyelidiki data demografis, analisis satu arah varians (ANOVA) digunakan untuk menentukan apakah ada hubungan yang signifikan ada diantara responden. Sebagai tambahan, Tingkat signifikansi statistik 0,05 ditetapkan pada semua statistik tes dalam penelitian ini. Temuan penelitian ini adalah digeneralisasi sebagai berikut: Perbedaan yang signifikan secara statistik adalah ditemukan di tingkat Penghasilan oleh dimensi merek yang berbeda seperti sosial, budaya dan tidak ada perbedaan yang signifikan secara statistik dalam dimensi Personal dan psikologis. Di akhir Implikasi dan kesimpulan studi diberikan.

Ketentuan Indeks : Membeli, Sosial, Pribadi, Budaya, Psikologis.

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to investigate internal and external influences on consumers purchasing decisions on cosmetic products in Tamilnadu and Kerala. The questionnaires were given to 500 consumers who are all using cosmetics. Out of 500 consumers contacted, 412 questionnaires were received with required coverage and details. The instruments of this study involved two parts: the first section of the instrument consisted of forced-choice questions about demographic characteristics: gender, marital status, age, occupation, monthly income level. The second section variables chosen for this study in order to measure the influence of consumer buying behaviour in cosmetics products. The Statistical Package for the Social Science (SPSS) for Microsoft Windows 20.00 was used to complete the analysis of the collected data. Descriptive statistics, including means, standard deviations were implemented in order to investigate the demographic data, one-way analysis of variance (ANOVA) were used to determine whether any significant relationships exist among respondents. In addition, the .05 level of statistical significance was set at all statistical tests in the present study. The findings of the study were generalized as follows: Statistically significant differences were found in Income level by the different brand dimensions like social, culture and there is no statistically significant difference in dimension of Personal and psychological. In the end of the study implications and conclusion were provided.*

*Index Terms : Buying, Social, Personal, Cultural, Psychological.*

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PELANGGAN UNTUK MENGGUNAKAN JASA BENGKEL MESIN JAYA  
PUTRAMAS DI SURABAYA.**

**Identifikasi Masalah :**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka peneliti merumuskan beberapa sebagai berikut :

- a. Apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor atribut produk mempengaruhi pelanggan dalam melakukan keputusan kerjasama dengan bengkel mesin Jaya Putramas?
- b. Faktor apakah yang paling mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk tetap bekerjasama dengan bengkel mesin Jaya Putramas?

**Maksud dan Tujuan Penelitian :**

**I. Maksud Penelitian**

Penelitian dimaksudkan untuk mengetahui dan memperoleh data serta informasi yang berhubungan dengan identifikasi masalah yang di teliti yaitu faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa bengkel mesin Jaya Putramas terbentuk menjadi dua faktor yaitu Faktor Pertimbangan Internal dan Faktor Pertimbangan Eksternal.

**II. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor atribut produk mempengaruhi pelanggan dalam melakukan keputusan kerjasama dengan bengkel mesin Jaya Putramas.
2. Untuk menganalisis faktor yang paling mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk tetap bekerjasama dengan bengkel mesin Jaya Putramas.

## BAB II

### PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN

#### 2.1 Pendekatan Masalah

##### 2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

Sedangkan Menurut Kotler (2012:146), Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, pelaksanaan dan pengawasan, program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong serta melayani pasar.

##### 2.1.2 Konsumen

Menurut Griffin *dalam* Sopiah dan Sangadji (2013:8), Perilaku Konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi

##### 2.1.3 Produk

Menurut Stanton *dalam* Buchari Alma (2011:139), menyatakan bahwa produk ialah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya warna, harga, nama baik produk, nama baik pengecer, dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer yang diterima oleh pembeli guna memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1.1 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian Kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2012:8), Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **1.2 Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2013, 218-219), *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjeleajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti.

#### **1.3 Metode Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2013:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1.1 Tingkat Pengaruh Pengambilan Keputusan Untuk Menggunakan Jasa Bengkel**

##### **Mesin Jaya Putramas**

Analisis tingkat pengaruh pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa bengkel mesin Jaya Putramas di Rungkut Industri Surabaya dimaksudkan untuk melihat tingkat pengambilan keputusan terhadap produk dan kinerja di bengkel mesin Jaya Putramas. Masing-masing variabel dicari rata-rata (*average*) dan jawaban pada responden.

#### **1.2 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pelanggan untuk**

##### **Menggunakan Jasa Bengkel Mesin Jaya Putramas di Surabaya**

Seperti diketahui bahwa data mempunyai peranan yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti. Validitas berkaitan dengan ketepatan penggunaan indikator untuk menjelaskan arti konsep yang sedang diteliti, sedangkan reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Penelitian ini menggunakan analisis faktor eksploratori dengan pengolahan data menggunakan SPSS. Sebelum instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data perlu dilakukan pengujian validitas. Untuk itu perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen yang dipergunakan dalam penelitian.

Dalam analisis ini terlebih dahulu penulis menentukan komponen-komponen dasar dan unsur yang terkandung didalamnya dari analisis penelitian tersebut diatas dengan objek berupa faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan atribut produk.

#### **1.3 Pembentukan Faktor**

Dua langkah utama dalam pembentukan faktor adalah penentuan jumlah faktor dan rotasi faktor-faktor yang terbentuk.

a. **Penentuan Jumlah Faktor**

Jumlah faktor yang akan dibentuk ditentukan dengan melakukan kombinasi beberapa kriteria untuk mendapatkan jumlah faktor yang paling sesuai dengan data penelitian.

b. **Component Matrix**

Setelah diketahui bahwa 2 faktor adalah jumlah yang paling optimal, maka tabel *component matrix* menunjukkan distribusi kelima variabel tersebut pada dua faktor yang terbentuk sedangkan angka-angka yang ada pada tabel tersebut adalah factor loadings, yang menunjukkan besar korelasi antara suatu variabel dengan faktor 1 dan faktor 2. Proses penentuan variabel mana akan dimasukkan ke faktor yang mana, dilakukan dengan melakukan perbandingan besar korelasi setiap baris.

c. **Rotasi**

Proses perotasian pada hasil penelitian ini bertujuan adalah untuk mendapatkan faktor-faktor dengan *factor loading* yang cukup jelas untuk interpretasi. Komponen matriks rotasi (*rotated component matrix*) adalah matriks korelasi yang memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata dibandingkan *component matrix*.

d. **Interpretasi Hasil Analisis Faktor**

Langkah selanjutnya adalah penentuan signifikansi nilai factor loading untuk menentukan pengelompokan variabel ke dalam faktor yang sesuai. Menurut para ahli dalam bidang multivariat, nilai *factor loading* sebesar 0,55 telah dianggap signifikan untuk ukuran sampel 25 responden pada level signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan hal tersebut, dalam interpretasi seluruh *factor loading* akan dianggap signifikan jika nilainya 0,55 atau lebih. Berikut ini adalah penamaan faktor yang sudah di uji :

a. Faktor 1

Anggota faktor ini adalah variabel sosial, variabel pribadi, variabel psikologis dan variabel atribut produk dalam mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan

jasa bengkel mesin. Dengan melakukan generalisasi dari keempat variabel tersebut, faktor 1 selanjutnya dinamakan sebagai faktor pertimbangan internal.

b. Faktor 2

Anggota faktor ini adalah variabel kebudayaan dalam mempengaruhi keputusan pelanggan. Dengan melakukan generalisasi dari faktor 2 selanjutnya dinamakan sebagai faktor pertimbangan eksternal.

e. **Validasi Hasil Analisis Faktor**

Tahapan terakhir dalam analisis faktor adalah pengujian terhadap kestabilan dan konsistensi faktor yang terbentuk. Pengujian kestabilan dan konsistensi faktor tersebut sampel akan dipecah menjadi dua bagian yaitu 1-12 dan 13-25. Kemudian masing-masing hasil dibandingkan dengan ketentuan jika sebuah faktor stabil maka hasil yang didapat relatif tidak jauh berbeda. Dengan menggunakan metode analisis yang sama, yaitu *principal component*, dilakukan analisis terhadap dua bagian sampel tersebut secara terpisah.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai analisis faktor dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa bengkel mesin Jaya Putramas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Melakukan pembentukan faktor dengan menggunakan metode *principal component*. Pembentukan faktor meliputi penentuan jumlah faktor dan rotasi faktor. Kriteria penentuan jumlah faktor menggunakan pendekatan berdasarkan nilai eigen, presentase variansi dan *scree plot*. Sedangkan rotasi faktor dengan metode ortogonal.
- b. Tanggapan keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa bengkel mesin tergolong stabil. Hal ini dapat dilihat dari 15 pernyataan yang diberikan kepada 25 perusahaan atau sebanyak 375 pernyataan. Diketahui sebanyak 118 atau 31,47% menyatakan setuju, 1 atau 0,27% menyatakan tidak setuju dan 256 atau 68,27% menyatakan sangat setuju.
- c. Hasil analisis menggunakan analisis faktor diperoleh dua faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa bengkel mesin Jaya Putramas. Faktor-faktor tersebut adalah :
  1. Faktor Pertimbangan Internal
  2. Faktor Pertimbangan Eksternal

#### 1.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis pada pembahasan, penulis hanya membahas analisis faktor dengan metode *principal component* dalam pembentukan faktor, sehingga pembaca dapat menggunakan metode yang lain seperti *common factor* atau *maximum likelihood method*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan, dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi peneliti dengan topik sejenis diharapkan untuk melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan variabel independen lainnya sehingga mencakup lebih luas lagi dalam penelitiannya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah periode yang lebih panjang lagi dalam melakukan penelitian sehingga dapat diperoleh gambaran lebih baik dalam jangka panjang.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan memperluas sampel perusahaan yang tidak hanya pada pabrik gula, perusahaan *packaging*, perusahaan pengolahan minyak goreng nabati, perusahaan *wings food*, perusahaan pemasok pipa tapi bisa meneliti di perusahaan lainnya guna untuk memperkuat hasil penelitian.