

SKRIPSI

B. Wilibrodus Tabaris Usboko

IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN ISUZU ELF DI SURABAYA



No. INDUK	0074/03
TGL TERIMA	18-01-2002
BELI FADILAH	
No. BUKU	fe-m usb i-1
KCP: KE	(LSAN)

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2001

**IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR PERTIMBANGAN KONSUMEN
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN ISUZU ELF DI SURABAYA**



SKRIPSI
diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen

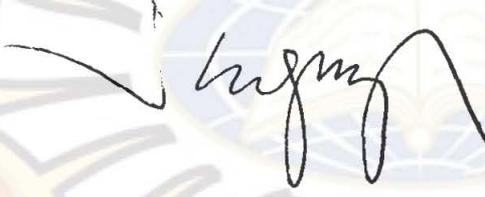
OLEH:
B. WILIBRODUS TABARIS USBOKO

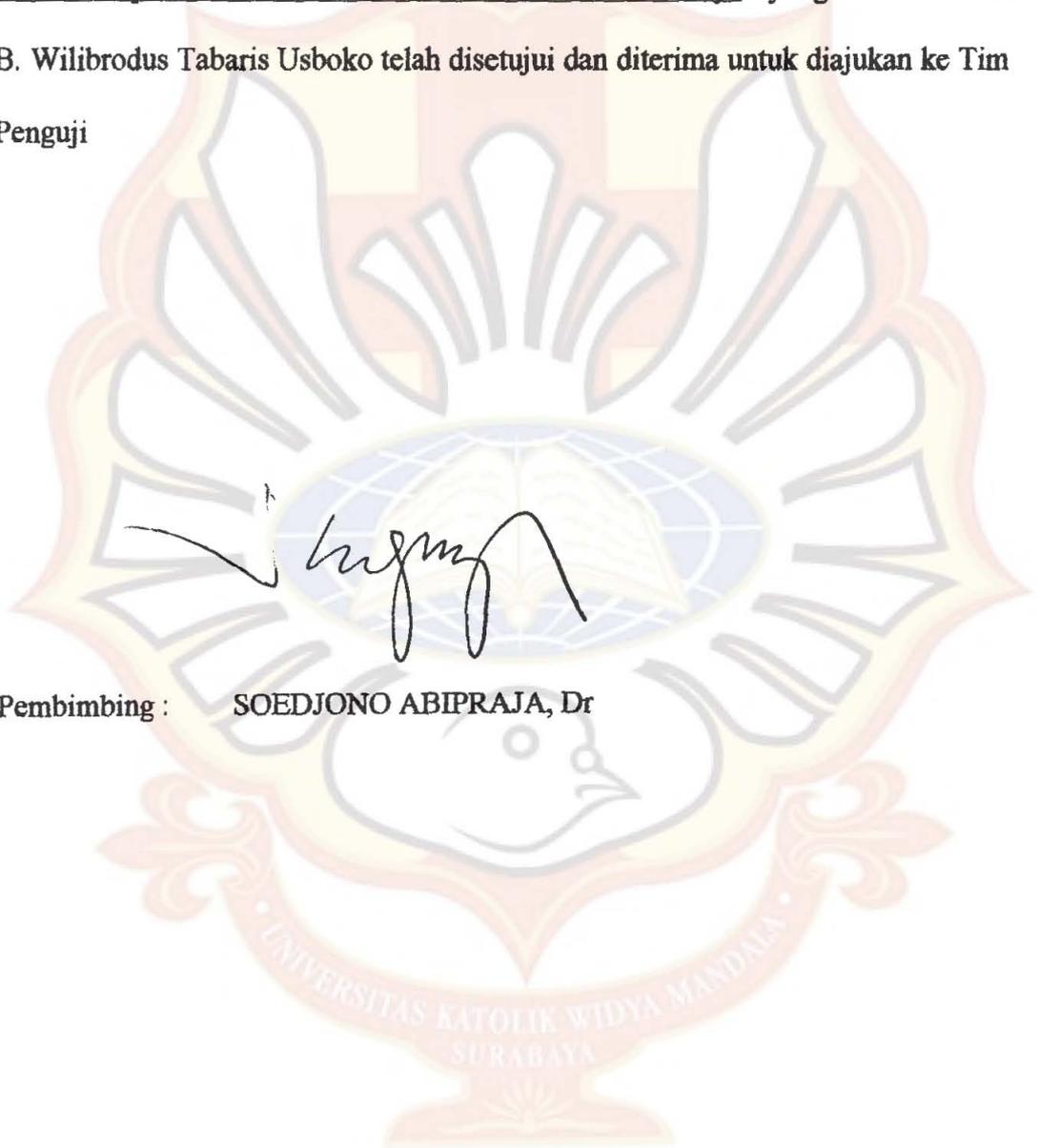
3103095262

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
MARET 2001

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Identifikasi Faktor-Faktor Pertimbangan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Isuzu ELF di Surabaya yang ditulis oleh B. Wilibrodus Tabaris Usboko telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji

Pembimbing :  SOEDJONO ABIPRAJA, Dr

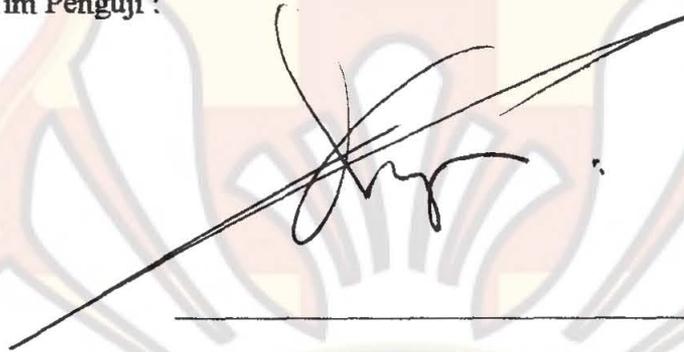


LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: B. Wilibrodus Tabaris Usboko NRP: 3103095262

Telah disetujui pada tanggal:.....April 2001. Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji :



Mengetahui:

Dekan,



Simon Haryanto, Drs., Ak.

Ketua Jurusan,



N. Agus Sunaryanto, Drs. Ec., MM

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala anugerah dan rahmatNya yang telah dilimpahkan sehingga skripsi dengan judul “Identifikasi Faktor-Faktor Pertimbangan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Isuzu ELF di Surabaya” dapat terselesaikan. Adapun hasil dari penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi para pemasar Isuzu ELF dan bagi penelitian selanjutnya. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu baik moril maupun materiil sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Soedjono Abipraja, Dr selaku dosen pembimbing I yang tak henti-hentinya memberikan bimbingan dan dukungan pada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. N. Agus Sunaryanto, Drs. Ec. M.M. selaku Kajur Manajemen yang banyak memberikan informasi yang berkaitan dengan kelancaran proses pembuatan dan pengajuan skripsi.
3. Bapak Soelono Dewo selaku Kepala Cabang Dealer Isuzu PT. Buana Perkasa Permai dan rekan-rekan Divisi Pemasaran Isuzu ELF yang telah banyak memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Hermeindito, Ibu Widya Utami, Ibu Christina Esti Susanti, Ibu Lidya Ari, Ibu Ninuk Mulyani, dan Bapak Hugo (Lab. Komputer) yang telah banyak membantu memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Alfon (TU Fak. Ekonomi) dan Para Karyawan Pasca Sarjana yang telah banyak memberikan informasi yang diperlukan saat akan menemui pihak-pihak yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua tercinta di Situbondo yang tak henti-hentinya memberikan dukungan moral, materi dan motivasi pada saat penulis bingung dalam membagi waktu antara bekerja dan menyelesaikan skripsi.
7. Rekan-rekan Pecinta Alam Widya Mandala (PANDALA) yang telah banyak mengganggu dan memberikan suatu cambuk serta segala uluran tangan agar penulisan skripsi ini dapat cepat terselesaikan.
8. Rekan-rekan UKM yang telah rela untuk diganggu dalam bermain game karena komputer harus dipakai oleh penulis dalam proses pengetikan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang juga membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini merupakan salah satu prasyarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen. Penulis juga menyadari adanya kekurangan dalam skripsi ini sehingga penulis mengharapkan kritik atau saran perbaikan agar dapat disempurnakan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap pokok permasalahan yang diangkat pada skripsi ini menjadi acuan untuk dilakukannya penelitian-penelitian lanjutan di masa yang akan datang.

Surabaya, Maret 2001

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAKSI	viii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB 2 : LANDASAN TEORI	8
2.1. Perilaku Konsumen	8
2.1.1. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	8
2.1.2. Peran konsumen dalam membeli	15
2.1.3. Jenis-jenis tingkah laku pembelian konsumen	16
2.1.4. Proses keputusan pembelian	17
2.1.5. Proses keputusan pembelian untuk produk baru	19
2.1.6. Pengaruh karakteristik produk pada tingkat pengadopsian konsumen	20

2.2. Pasar Industri	21
2.2.1. Proses pembelian pasar industri	21
2.2.2. Karakteristik pasar industri	22
2.2.3. Model tingkah laku pembeli di pasar industri	24
2.2.4. Jenis situasi pembeli pada pasar industri	25
2.2.5. Para peserta dalam proses pembelian di pasar industri	26
2.2.6. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian di pasar industri	28
2.2.7. Proses pembelian di pasar industri	30
BAB 3 : METODE PENELITIAN	33
3.1. Design Penelitian	34
3.2. Jenis dan Sumber Data	34
3.3. Pengukuran Data	35
3.4. Alat dan Metode Pengumpulan Data	35
3.5. Populasi dan Sampel	36
3.6. Teknik Pengambilan Data	36
3.7. Teknik Analisis Data	37
BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	38
4.2. Gambaran Umum Isuzu ELF	39
4.3. Analisis Data	42
4.4. Pembahasan	60

BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Simpulan	63
5.2. Saran	65

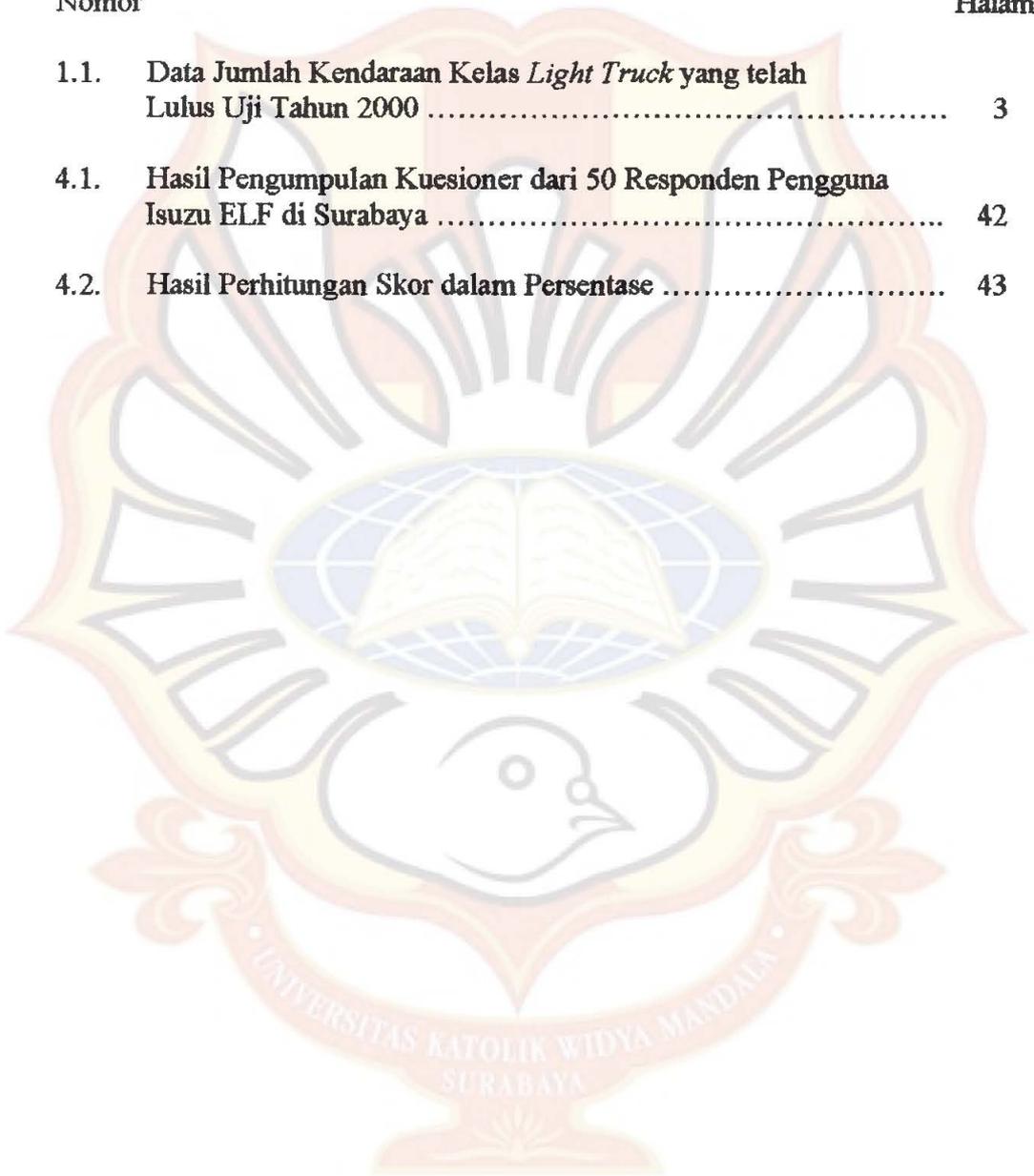
DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN



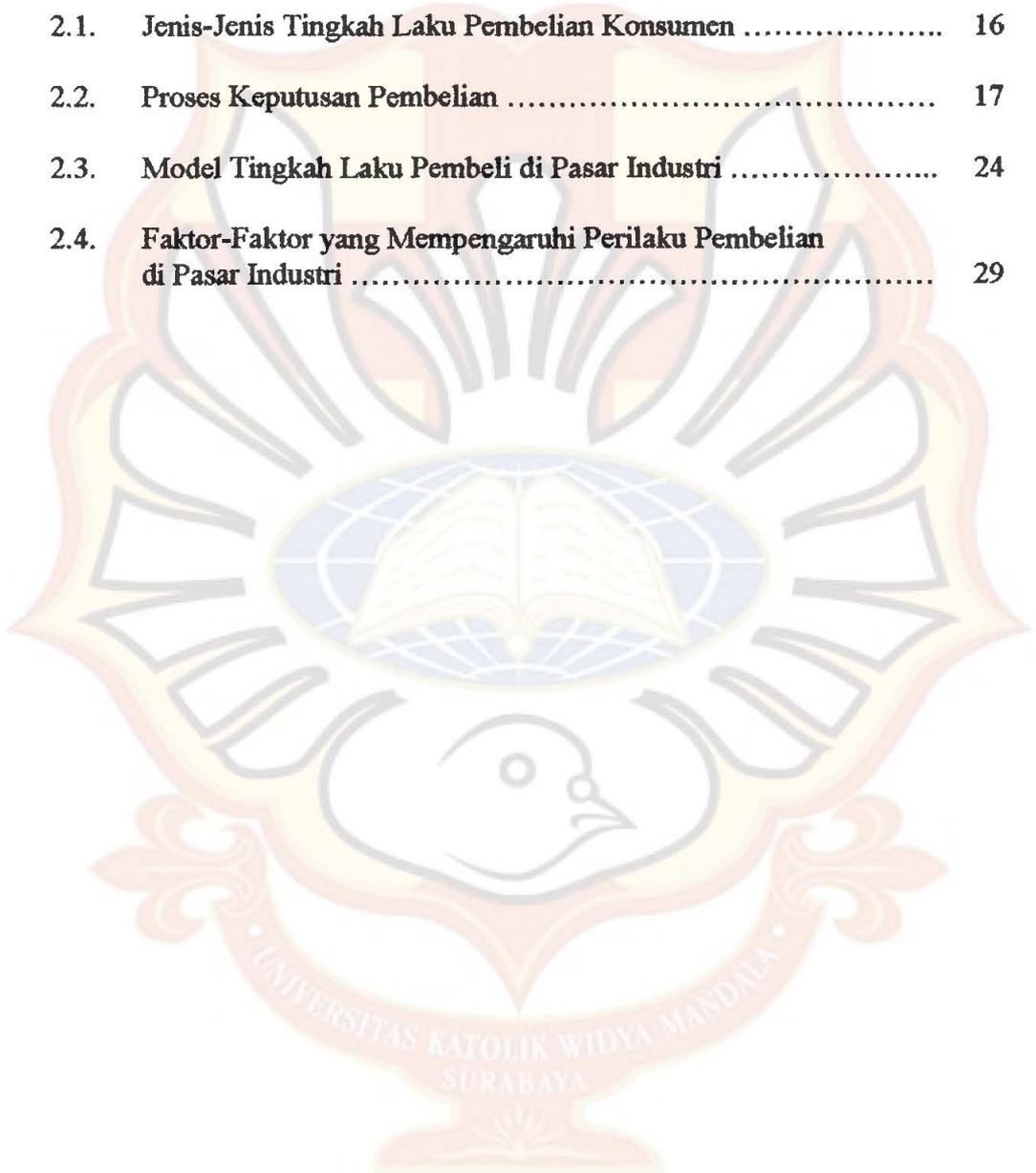
DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.1.	Data Jumlah Kendaraan Kelas <i>Light Truck</i> yang telah Lulus Uji Tahun 2000	3
4.1.	Hasil Pengumpulan Kuesioner dari 50 Responden Pengguna Isuzu ELF di Surabaya	42
4.2.	Hasil Perhitungan Skor dalam Persentase	43



DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
2.1.	Jenis-Jenis Tingkah Laku Pembelian Konsumen	16
2.2.	Proses Keputusan Pembelian	17
2.3.	Model Tingkah Laku Pembeli di Pasar Industri	24
2.4.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian di Pasar Industri	29



ABSTRAKSI SKRIPSI

Dalam suatu keputusan pembelian, terutama untuk keputusan pembelian yang diperluas, seorang pengambil keputusan pembelian entah itu sebuah unit pembelian atau *owner* sekalipun, akan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mendukung keputusan tersebut. Faktor-faktor tersebut bisa berupa atribut produk, pengetahuan individu, maupun masukan dari beberapa *influencer*. Keputusan pembelian *light truck* merupakan suatu keputusan pembelian yang diperluas sehingga ada banyak faktor pertimbangan di dalamnya.

Isuzu ELF sebagai salah satu produk baru dalam jenis *light truck* yang merupakan produk penyempurnaan tipe Isuzu TL dan Isuzu Bison, mempunyai grafik penjualan yang meningkat pada akhir tahun 2000 jika dibandingkan dengan produk kompetitornya. Keadaan ini menimbulkan minat bagi penulis untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor apa yang mendukung keputusan pembelian Isuzu ELF. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan mempengaruhi para *decision making* dalam membuat suatu keputusan pembelian Isuzu ELF. Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan manfaat bagi para pemasar Isuzu ELF untuk menetapkan kebijakan-kebijakan pemasaran yang dapat mendukung perkembangan pemasaran Isuzu ELF atau penelitian selanjutnya.

Pada penulisan skripsi ini, penulis menggunakan sumber data yang berasal dari wawancara dengan pihak pemasar Isuzu ELF tentang hal-hal yang menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian Isuzu ELF dan pengumpulan kuesioner dengan diikuti dengan proses wawancara terhadap para pembuat keputusan pembelian Isuzu ELF sebagai kelanjutan penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut.

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian non hipotesis dengan sumber data primer baik data kuantitatif maupun kualitatif. Dalam pengolahan data, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif- kualitatif.

Dalam analisis dan pembahasan, penulis melakukan analisis perhitungan persentase pendapat responden dan pendekrisian alasan-alasan yang mendukung pemilihan faktor yang banyak dipertimbangkan dan faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan.

Simpulan yang didapat adalah adanya keterkaitan antar faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dan mendukung keputusan tersebut dan beberapa faktor yang dirasakan sebagai faktor yang bukan menjadi pertimbangan penting dalam pembuatan keputusan pembelian Isuzu ELF atau disebut juga sebagai penilaian kurang terhadap produk Isuzu ELF. Saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah perbaikan pada hal- hal yang dinilai kurang oleh para responden dan lebih memperhatikan hal-hal yang telah dinilai baik.