

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP
PEMILIHAN MEREK SEPEDA MOTOR MENGGUNAKAN
REGRESI LOGISTIK NOMINAL**

(Studi Kasus di Fakultas MIPA Universitas Diponegoro)



SKRIPSI

Oleh :

Eny Purwantini

J2A 605 041

**PROGRAM STUDI MATEMATIKA JURUSAN MATEMATIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2011

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP
PEMILIHAN MEREK SEPEDA MOTOR MENGGUNAKAN
REGRESI LOGISTIK NOMINAL
(Studi Kasus di Fakultas MIPA Universitas Diponegoro)**

Oleh :

**Eny Purwantini
J2A 605 041**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Sains pada Jurusan Matematika

**JURUSAN MATEMATIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

ABSTRAK

Sejak ditemukannya hingga sekarang perkembangan sepeda motor semakin cepat dan meningkat, terutama dari jumlah penggunaannya. Sepeda motor banyak digunakan oleh banyak kalangan, salah satunya banyak digunakan oleh mahasiswa. Adapun merek sepeda motor antara lain merek Honda, merek Yamaha, merek Suzuki, merek Kawasaki dan merek lain (merek selain merek Honda, merek Yamaha, merek Suzuki dan merek Kawasaki). Faktor psikologis yang diduga mempengaruhi pemilihan merek sepeda motor di Fakultas MIPA Universitas Diponegoro yaitu : motivasi, kepribadian, persepsi, sikap dan gaya hidup. Berdasarkan uji independensi variabel, kelima variabel tersebut mempunyai hubungan dengan pemilihan merek sepeda motor. Untuk menganalisis pemilihan merek sepeda motor dan faktor-faktor yang mempengaruhinya digunakan analisis regresi logistik nominal. Estimasi probabilitas terbesar untuk pemilihan merek Honda terjadi pada kelompok mahasiswa dengan motivasi sedang, kepribadian tinggi, persepsi tinggi, sikap tinggi, dan gaya tinggi yaitu sebesar 98.95939%. Estimasi probabilitas terbesar untuk pemilihan motor merek Yamaha terjadi pada kelompok mahasiswa dengan motivasi tinggi, kepribadian sedang, persepsi tinggi, sikap tinggi, dan gaya tinggi yaitu sebesar 87.78765 %. Estimasi probabilitas terbesar untuk pemilihan motor merek Suzuki terjadi pada kelompok mahasiswa dengan motivasi tinggi, kepribadian sedang, persepsi tinggi, sikap sedang, dan gaya rendah yaitu sebesar 83.0091%. Estimasi probabilitas terbesar untuk pemilihan merek lain (merek selain merek Honda, Yamaha dan Suzuki) terjadi pada kelompok mahasiswa dengan motivasi tinggi, kepribadian sedang, persepsi sedang, sikap sedang, dan gaya tinggi yaitu sebesar 77.38125%.

Kata kunci : pemilihan merek sepeda motor, regresi logistik nominal, estimasi probabilitas

ABSTRACT

Since the discovery until now increasingly rapid development of the motorcycle and increasing, especially from the number of users. Motorcycles are widely used

by many, one of which is widely used by students. The motorcycle brands include Honda, Yamaha brand, brand Suzuki, Kawasaki brand and other brands (brand other than Honda, Yamaha brand, brand Suzuki and Kawasaki brands.) Psychological factors predicted to influence the selection of motorcycle brand in the Faculty of Mathematics and Natural Sciences, Diponegoro University, namely: motivation, personality, perception, attitude and lifestyle. Based on independent test variables, five variables have a relationship with the selection of motorcycle brand. To analyze the selection of motorcycle brand and the factors that influence it used nominal logistic regression analysis. The estimated probability for the largest selection of Honda brand in the group of students with the motivation was, personality high, high perception, high attitude and high style that is equal to 98.95939%. The estimated probability for the largest selection of Yamaha brand motorcycles in the group of students with high motivation, personality is, the perception of high, high attitude and high style that is equal to 87.78765%. The estimated probability for the largest selection of Suzuki brand motorcycles in the group of students with high motivation, personality is, the perception of high, medium stance, and low force that is equal to 83.0091%. Estimation of the greatest probability for selection of other brands (brand other than Honda, Yamaha and Suzuki) occurred in the group of students with high motivation, personality is, the perception is, the attitude was, and high style that is equal to 77.38125%.

Keywords: election motorcycle brands, nominal logistic regression, the estimated probability

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada zaman sekarang ini perkembangan teknologi sangat pesat. Negara-negara maju berlomba untuk menciptakan berbagai teknologi canggih untuk memberi kemudahan kepada manusia dalam menjalankan segala aktivitasnya. Jepang adalah salah satu negara maju yang mempunyai dan menghasilkan teknologi berkualitas tinggi. Berbagai macam alat telah diciptakan guna membantu dan memanjakan manusia dengan menawarkan kemudahan-kemudahan yang diimpikan manusia sejak dahulu. Salah satu contoh kecil yang dapat diambil di sini adalah alat transportasi kendaraan sepeda motor (Leonardo, 2010).

Setiap tahun industri sepeda motor terus melakukan perubahan dan inovasi serta berlomba-lomba meluncurkan produk terbarunya dengan tampilan yang lebih menarik, kemudahan dalam berkendara, kenyamanan, dan sebagainya demi mendapatkan perhatian pasar. Hal tersebut sekaligus membuat setiap orang terpana serta merasa sangat membutuhkannya dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Setiap tahun jumlah kendaraan sepeda motor di Indonesia semakin bertambah banyak seiring dimunculkannya produk-produk terbaru kendaraan sepeda motor tersebut. Hal ini dikarenakan orang-orang di Indonesia juga berlomba mendapatkan produk terbaru dan dengan bangganya memamerkan kendaraan sepeda motor baru mereka dengan merek dan brand negara lain dan bukan negara sendiri (Leonardo, 2010).

Industri sepeda motor sebagai industri manufaktur tidak terlepas dari dampak resesi ekonomi global. Industri sepeda motor masih mengalami pertumbuhan cukup pesat hingga triwulan III tahun 2008. Pendorongnya adalah permintaan yang meningkat seiring daya beli masyarakat yang terdongkrak harga komoditi pertanian yang pada tahun 2008 cukup bagus. Bagi masyarakat sepeda motor masih menjadi alat transportasi yang murah dan mudah baik di perkotaan maupun pedesaan. Hal ini tidak terlepas dari sistem transportasi massal yang belum begitu berkembang (<http://www.datacon.co.id>).

Sepeda motor adalah suatu produk yang sekaligus merupakan sarana yang sangat dibutuhkan untuk memudahkan transportasi ke berbagai tempat. Sepeda motor merupakan salah satu alat alternatif bepergian dari satu tempat ke tempat yang lain secara mudah, irit, cepat, luwes dan efisien (Tarsim, 2008). Bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah, motor menjadi harapan satu-satunya untuk dapat memiliki alat transportasi darat pribadi sesuai dengan kemampuan ekonominya. Sepeda motor merupakan suatu produk yang sekaligus sarana yang sangat dibutuhkan untuk memudahkan transportasi ke berbagai tempat. Dengan demikian permintaan konsumen akan produk sepeda motor saat ini semakin lama semakin meningkat. Sehingga banyak bermunculan merek-merek baru yang mengakibatkan persaingan kualitas maupun harga di pasaran yang semakin ketat.

Sejak ditemukannya hingga sekarang perkembangan sepeda motor semakin cepat dan meningkat terutama jumlah penggunaannya. Begitu efisien dan praktis ketika dapat bepergian dengan menggunakan kendaraan sepeda motor. Fenomena kepemilikan sepeda motor di Indonesia berkembang sangat pesat (Nugroho, 2010).

Sosok yang menarik, mesin yang andal dan mudah dirawat, serta harga yang bersaing membuat sepeda motor asal Jepang, yakni Honda, Suzuki, Yamaha, dan Kawasaki, sangat populer dan sampai kini mendominasi pasar sepeda motor dunia. Tidak hanya sepeda motor yang berasal dari Jepang saja, China dan Taiwan juga ikut memproduksi sepeda motor (Mamanjapronk, 2009).

Alat transportasi sepeda motor banyak digunakan oleh berbagai kalangan, salah satunya banyak digunakan oleh mahasiswa. Penggunaan kendaraan sepeda motor oleh mahasiswa di Universitas Diponegoro semakin bertambah dari tahun ke tahun, termasuk di Fakultas MIPA. Hal tersebut dapat terlihat dari semakin menyempitnya area parkir di Fakultas MIPA.

Keputusan mahasiswa dalam memilih merek sepeda motor dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, baik dalam diri sendiri maupun dari orang lain atau lingkungan. Menurut Berkowitz terdapat empat faktor yang mempengaruhi dalam keputusan dalam membeli, yaitu faktor situasional, faktor psikologis, faktor sosio-budaya dan faktor bauran pemasaran. Namun dari keempat faktor tersebut, faktor psikologis yang muncul dari dalam konsumen. Adapun faktor psikologis dapat dijabarkan menjadi lima variabel yaitu motivasi, kepribadian, persepsi, sikap dan gaya hidup disebut sebagai variabel bebas. Sedangkan variabel responnya adalah merek Honda, merek Yamaha, merek Suzuki, merek Kawasaki dan merek lain (merek selain Honda, Yamaha, Suzuki dan Kawasaki).

Salah satu cara untuk menganalisis hubungan variabel respon yang mempunyai kategori lebih dari dua, dengan beberapa variabel bebas yang bersifat kontinyu, kategorik, atau keduanya adalah dengan menggunakan model regresi logistik nominal.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan yang diambil dalam tugas akhir ini adalah untuk menganalisis pengaruh faktor psikologis yang meliputi motivasi, kepribadian, persepsi, sikap dan gaya hidup terhadap pemilihan merek sepeda motor.

1.3. Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini, responden yang diambil adalah mahasiswa semua jurusan yang kuliah di Fakultas MIPA Universitas Diponegoro yang menggunakan sepeda motor. Permasalahan akan dibatasi yaitu menganalisis faktor psikologis terhadap pemilihan merek sepeda motor di Fakultas MIPA Universitas Diponegoro dengan menggunakan model regresi logistik nominal. Adapun variabel respon yaitu merek sepeda motor yang dikategorikan menjadi 5 kategori yaitu merek Honda, merek Yamaha, merek Suzuki, merek Kawasaki, dan merek lain (selain merek Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki). Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive yaitu pemilihan sampel yang dilakukan berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel, dalam penelitian ini diambil sampel 130 mahasiswa yang menggunakan sepeda motor yang berada di Fakultas MIPA Universitas Diponegoro.

1.4. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah :

1. Mengetahui faktor psikologis yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih merek sepeda motor di Fakultas MIPA Universitas Diponegoro.

2. Memperoleh model regresi logistik nominal yang paling cocok (*best fitting*) berdasarkan uji signifikansi model pada data respon nominal yang digunakan.
3. Membuat estimasi probabilitas sehingga dapat diketahui merek sepeda motor yang memiliki probabilitas paling besar untuk dipilih mahasiswa Fakultas MIPA Universitas Diponegoro.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan Tugas Akhir ini terdiri dari lima bab. Bab pertama merupakan Pendahuluan yang berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penulisan dan sistematika penulisan. Bab dua merupakan Tinjauan Pustaka yang berisi tentang deskripsi teoritis, uji validitas dan reliabilitas, uji independensi variabel serta regresi logistik nominal. Bab tiga merupakan Metodologi Penelitian meliputi metode pengumpulan data dan metode pengolahan data. Bab empat merupakan Hasil dan Pembahasan. Dalam bab keempat berisikan hasil penelitian tugas akhir yang telah dilakukan dan pembahasan hasil penelitian. Bab kelima merupakan penutup. Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian tugas akhir yang telah dilakukan.