

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN YANG  
MEMENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA UNIKA WIDYA  
KARYA MALANG DALAM PEMBELIAN PRODUK HELM  
BERLOGO SNI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh  
Gelara Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen  
Universitas Katolik Widya Karya**



**DISUSUN OLEH :**

**PARLIN YUSUF SIBURIAN**

**NIM : 200711032**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG  
FAKULTAS EKONOMI – JURUSAN MANAJEMEN**

**2011**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : PARLIN YUSUF SIBURIAN  
NIM : 200711032  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN  
YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA  
UNIKA WIDYA KARYA MALANG DALAM PEMBELIAN  
PRODUK HELM BERLOGO SNI

Malang, 28 Juni 2011

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti, MP  
MM  
NIP/NIK: 190015

Drs. Cornelius Niwadolo.  
NIP/NIK: 185004

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Silvia Indrarini, M.M, AK  
MM  
NIP/NIK: 193027

Drs. Cornelius Niwadolo.  
NIP/NIK: 185004

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi yang berjudul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN YANG  
MEMENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA UNIKA WIDYA  
KARYA MALANG DALAM PEMBELIAN PRODUK HELM  
BERLOGO SNI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Parlin Yusuf Siburian

NIM : 200711032

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 28 juni 2011 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1).

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dra. Silvia Indrarini, MM, Ak  
NIP/NIM : 198 027

**DEWAN PENGUJI**

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP
2. Drs. Junianto Tjahjo, MM
3. Drs. Cornelius Niwadolo, MM

**TANDA TANGAN**

.....  
.....  
.....

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “ **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA UNIKA WIDYA KARYA MALANG DALAM PEMBELIAN PRODUK HELM BERLOGO SNI**” merupakan karya asli dari:

Nama : Parlin Yusuf Siburian  
NIM : 200711032  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

dan bukan karya plagiat baik dari sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 28 Juni 2011

Parlin Yusuf Siburian

**DITERIMA DAN DISETUJUI**

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti., MP  
NIP/NIK: 190 015

Drs. Cornelius Niwadolo., MM  
NIP/NIK : 185 004

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Silvia Indrarini., MM.,Ak  
NIP/NIK : 193 027

Drs. Cornelius Niwadolo., MM  
NIP/NIK : 185 004

**“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang.” Amsal 23: 18**

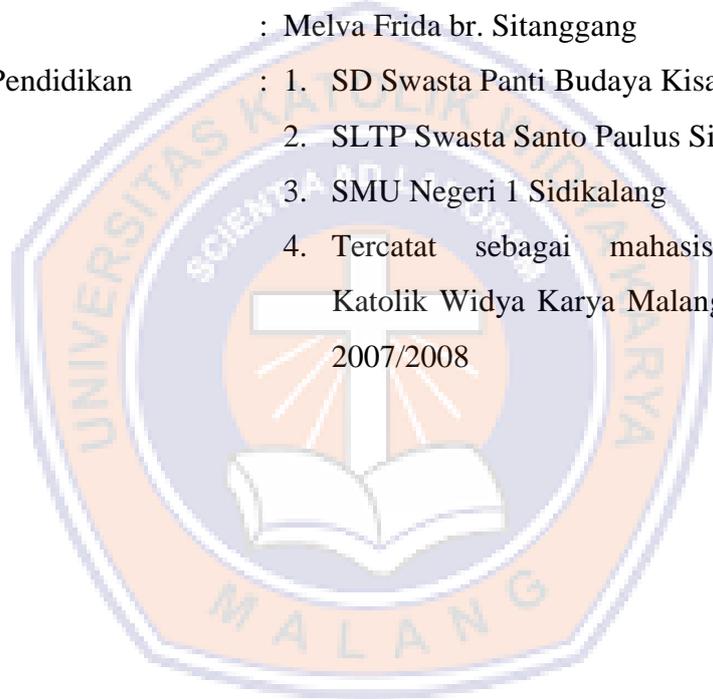
Hari takkan indah tanpa mentari dan rembulan, begitu juga hidup takkan indah tanpa tujuan, harapan serta tantangan. Meski terasa berat, namun manisnya hidup justru akan terasa, apabila semuanya terlalui dengan baik, meski harus memerlukan pengorbanan.

Kupersembahkan karya kecil ini, untuk cahaya hidup, yang senantiasa ada saat suka maupun duka, selalu setia mendampingi, saat kulemah tak berdaya (Ayah dan Ibu tercinta) yang selalu memanjatkan doa kepada putra tercinta dalam setiap sujudnya. Dalam kekuatan Vi-han yang menjadikan segala impian dan harapan menjadi nyata. Terima kasih untuk semuanya.

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan, agar hidup jauh lebih bermakna, karena tragedi terbesar dalam hidup bukanlah kematian tapi hidup dibalik tujuan. Terus bermimpi untuk sebuah tujuan, imbangi dengan tindakan nyata, agar mimpi dan juga angan, tidak hanya menjadi sebuah bayangan semu.

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Parlin Yusuf Siburian  
NIM : 200711032  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Tempat, Tanggal Lahir : Tarutung, 03 Januari 1984  
Alamat : Medan, Sumatra Utara  
Nama Orang Tua (Ayah) : Robert Siburian  
(Ibu) : Melva Frida br. Sitanggang  
Riwayat Pendidikan : 1. SD Swasta Panti Budaya Kisaran  
2. SLTP Swasta Santo Paulus Sidikalang  
3. SMU Negeri 1 Sidikalang  
4. Tercatat sebagai mahasiswa Universitas  
Katolik Widya Karya Malang angkatan tahun  
2007/2008



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mengkaruniakan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA UNIKA WIDYA KARYA MALANG DALAM PEMBELIAN PRODUK HELM BERLOGO SNI”.

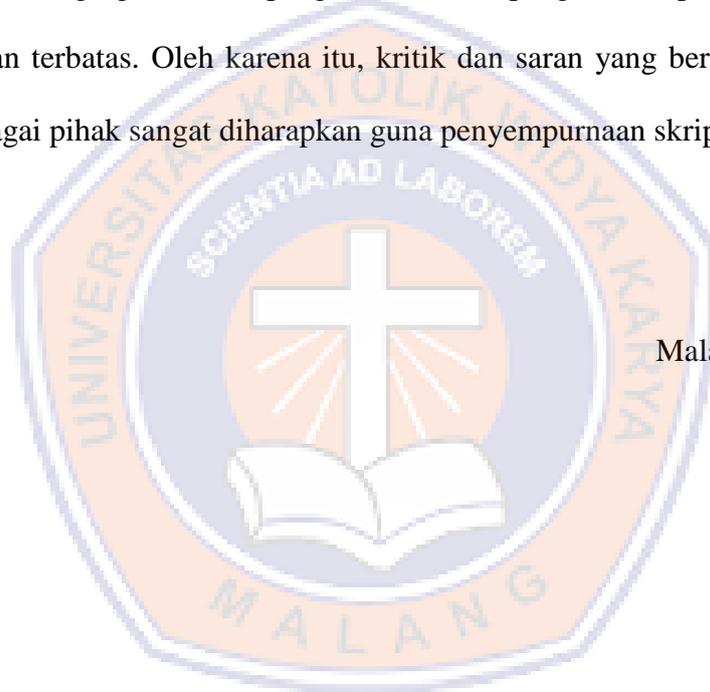
Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Katolik Widya Karya Malang. Dalam hal ini penyusunan skripsi ini sangat banyak bantuan yang diterima penulis, baik bimbingan moral maupun dorongan dari berbagai pihak.

Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Romo Michael Agung Christiputra., O.Carm., MA selaku Rektor yang telah memberikan dukungan sepenuhnya.
2. Dra. Silvia Indrarini., MM., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang juga telah memberikan dukungan kepada penulis.
3. Drs. Cornelius Niwadolo., MM selaku Kepala Jurusan Manajemen dan Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan tentang bagaimana penulisan skripsi yang baik.
4. Dra. Anni Yudiastuti., MP selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar dan penuh pengertian memberikan bantuan, arahan dan semangat dalam menyusun skripsi ini.

5. Bapak-Ibu Dosen yang telah memberikan banyak ilmu untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis.
6. Kedua Orangtua penulis yang selalu senantiasa memberikan doa dan dukungan.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa skripsi ini masih belum dapat dikatakan sempurna, mengingat waktu, pengetahuan, dan pengalaman penulis yang masih kurang dan terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan guna penyempurnaan skripsi ini.



Malang, 28 Juni 2010

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

<b>Halaman Judul</b>	
<b>Halaman Persetujuan Skripsi</b>	
<b>Halaman Pengesahan Skripsi</b>	
<b>Halaman Surat Keterangan Penelitian</b>	
<b>Halaman Pernyataan Bebas Plagiat</b>	
<b>Halaman Persembahan</b>	
<b>Halaman Riwayat Hidup</b>	
<b>Halaman Kata Pengantar</b> .....	i
<b>Halaman Daftar Isi</b> .....	iii
<b>Halaman Daftar Tabel</b> .....	vii
<b>Halaman Daftar Gambar</b> .....	viii
<b>Halaman Daftar Lampiran</b> .....	ix
<b>Abstraksi</b>	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	7
A. Hasil Penelitian Terdahulu .....	7
B. Landasan Teori .....	9
1. .....	Pen
gertian Produk .....	9
2. .....	Pen
gertian Konsumen .....	10

3.	Pen
gertian Pemasaran .....	12
4.	Def
enisi Perilaku Konsumen .....	13
5.	Pen
tingnya Perilaku Konsumen .....	14
6.	Mo
del Perilaku Konsumen.....	15
7.	Kar
akteristik yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	19
C. Kerangka Pikir .....	28
D. Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian .....	31
B. Ruang Lingkup Penelitian .....	32
C. Lokasi Penelitian .....	32
D. Populasi Dan Sampel .....	32
E. Jenis dan Sumber Data .....	36
F. Definisi Operasional Penelitian .....	38
G. Metode Pengumpulan Data .....	44
H. Teknik Analisis Data .....	46
<b>BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA .....</b>	<b>54</b>

A. GAMBARAN UMUM .....	54
1. Sejarah Universitas Widya Karya .....	54
2. Visi dan Misi Universitas Widya Karya .....	55
B. GAMBARAN UMUM RESPONDEN PENELITIAN.....	56
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	56
2. Penyebaran Data Hasil Kuesioner .....	59
C. ANALISIS DATA INTERPERTASI.....	66
1. Uji Instrumen (Uji Validitas dan Reabilitas).....	66
2. Pengujian Asumsi Klasik.....	68
3. Pengujian Hipotesis .....	74
D. Implikasi Hasil Penelitian .....	83
<b>BAB V   SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>94</b>
A. Simpulan .....	94
B. Saran .....	95

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.2 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis kelamin.....	57
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan.....	58
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Motivasi.....	60
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Persepsi.....	61
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Pembelajaran.....	62
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keyakinan dan sikap.....	63
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Perilaku konsumen dalam membeli helm berlogo SNI .....	65
Tabel 4.9 Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas Item Instrumen .....	67
Tabel 4.10 Tabel Uji Normalitas Untuk Masing-Masing Variabel .....	69
Tabel 4.11 Hasil Durbin Watson .....	73
Tabel 4.12 Uji Non-Multikolinearitas dengan menggunakan VIF .....	74

Tabel 4.13 Uji Korelasi Product Momen Pearson..... 75

Tabel 4.14 Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana ..... 76

Tabel 4.15 Perhitungan Sumbangan Efektif..... 82



**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 4.1 Grafik Karakteristik Responden .....	59
Gambar 4.2 Grafik Uji Normalitas Data .....	70
Gambar 4.3 Grafik Uji Non-Heteroskedastisitas .....	72



**LAMPIRAN**

- Lampiran 1    Lampiran Tabel Frekuensi Rekapitulasi Hasil Jawaban Kuisisioner
- Lampiran 2    Lampiran Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen
- Lampiran 3    Lampiran Asumsi Klasik
- Lampiran 4    Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 5    Kuesioner
- Lampiran 6    Data Penelitian



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **3. Latar Belakang Masalah**

Badan Standarisasi Nasional (BSN), menuturkan dunia internasional di forum WTO sudah menerima aturan helm SNI yang akan ditetapkan di Indonesia. Indonesia, melalui BSN selaku Notification Body, telah menotifikasikan Regulasi Pemberlakuan SNI Wajib bagi Pengendara kendaraan Bermotor Roda ke Organisasi Perdagangan Dunia atau World Trade Organization (WTO). Dunia internasional menyambut dengan baik penerapan SNI wajib ini dengan tidak ada penolakan atau keberatan dari seluruh anggota WTO yang berjumlah 153 negara.

Aturan penggunaan helm ini sudah dilakukan sosialisasi oleh berbagai pihak terkait sejak tanggal 25 Maret 2010, dan tepat pada tanggal 01 April 2010 aturan tersebut diterakan. Tetapi hingga tanggal 10 April, khususnya Kepolisian belum mengambil tindakan atau sanksi yang tegas, cukup memberi peringatan dan teguran terhadap pengguna sepeda motor yang masih menggunakan helm belum berlogo SNI. Setelah lewat tanggal 10 April, maka dilakukan tindakan tegas sesuai peraturan yang berlaku. Sesuai UU No 22 Tahun 2009 tentang lalu lintas dimana para pelanggar ketentuan itu akan dikenai denda hingga Rp 250 ribu. Demikian dinyatakan oleh pihak Kepolisian Republik Indonesia.

BSN menyatakan bahwa helm yang sesuai dengan SNI antara lain:

1). Bila diikat dengan benar (sampai klik), akan melindungi kepala dengan

baik, artinya: apabila terjadi benturan dengan benda yang tidak bergerak, helm akan menghambat/ meredam benturan yang tertuju ke tengkorak dan otak; 2). Helm yang baik adalah helm yang menutupi kepala secara penuh (*full face*) atau helm yang terbuka pada bagian muka hingga rahang (*open face*). Tipe *full face* memberi perlindungan yang lebih baik dari angin, debu, air, batu dan serangga. Tipe ini juga memberi perlindungan lebih baik kepada rahang dan gigi; 3). Akhir-akhir ini banyak pemberitaan mengenai peraturan pemerintah untuk menggunakan helm berlogo SNI (berbentuk emboss/timbul, bukan hanya tulisan SNI). Alasan mereka sepertinya adalah karena hal itu untuk keselamatan para *bikers*. Namun juga ada yang mengatakan bahwa alasan lainnya adalah karena pemerintah ingin menyelamatkan industri lokal dari serbuan produsen dari china yang menjual barang dengan harga yang relatif murah dan kualitas bersaing.

Mahasiswa sebagai masyarakat umum tentunya juga wajib mematuhi peraturan pemakaian helm tersebut, karena pada dasarnya tidak seorangpun yang ingin celaka dan pasti setuju untuk mencari perlindungan yang menurut kita paling baik, termasuk masalah pemakaian helm ini.

Disisi lain akhir-akhir ini banyak produsen ataupun pedagang yang berbuat tidak jujur dengan memproduksi dan menjual "[helm SNI](#)" palsu, baik itu yang mereknya telah disertifikasi pemerintah ataupun belum. Bisa jadi mereka menyediakan helm dengan bahan baku yang "buruk" dan

tinggal diberikan logo SNI. Mereka melakukan ini karena helm SNI sedang naik daun dan bisa jadi ladang keuntungan yang berlimpah.

Penggunaan helm sudah menjadi tuntutan para pengendara sepeda motor, khususnya mahasiswa. Dengan tingkat pendidikan yang sedang ditempuh saat ini sudah seharusnya mahasiswa lebih mudah diberikan kesadaran tentang pentingnya penggunaan helm sesuai aturan. Disisi lain sekarang ini banyak sekali terdapat merk-merk helm yang ditawarkan kepada konsumen. Dimana masing-masing merk helm tersebut berusaha untuk membuat produknya lebih unggul dibandingkan dengan merk lain, baik dalam desain gambar maupun bentuk. Kondisi ini tentunya semakin memperkecil alasan mahasiswa untuk menolak penggunaan helm berlogo SNI tersebut, karena penggunaan helm ini menawarkan keselamatan dan gaya yang modis. Apalagi sebagian besar kalangan mahasiswa menggunakan sepeda motor dalam aktivitasnya. Dengan semakin banyaknya helm berlogo SNI yang ada di pasaran berarti memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih merk yang sesuai dengan keinginannya. Oleh karena itu perlu dianalisis tentang faktor-faktor psikologi yang mendorong mahasiswa untuk menggunakan helm sesuai untuk aturan. Penelitian ini dilakukan di Unika Widya Karya Malang sebagai upaya untuk menggugah kesadaran mahasiswa dilingkungan Unika Widya Karya Malang untuk mematuhi penggunaan helm berstandar dan berlogo SNI, apalagi lingkungan kampus Unika Widya Karya adalah jalan raya yang mewajibkan penggunaan helm standar tersebut.

Dari latar belakang yang dikemukakan tersebut diatas maka peneliti mencoba untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA UNIKA WIDYA KARYA MALANG DALAM PEMBELIAN PRODUK HELM BERLOGO SNI”**



#### 4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah faktor-faktor psikologis yang terdiri dari : motivasi ( $X_1$ ), persepsi ( $X_2$ ), pembelajaran ( $X_3$ ), keyakinan dan sikap ( $X_4$ ) secara serempak (simultan) dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Unika Widya Karya Malang dalam pembelian helm berlogo SNI ?
2. Diantara faktor-faktor psikologis, faktor manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan mahasiswa Unika Widya Karya Malang dalam pembelian helm berlogo SNI?

#### E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

##### 1. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh faktor-faktor psikologis konsumen yang terdiri dari : motivasi ( $X_1$ ), persepsi ( $X_2$ ), pembelajaran ( $X_3$ ), keyakinan dan sikap ( $X_4$ ) secara serempak (simultan) dan parsial terhadap keputusan mahasiswa Unika Widya Karya Malang dalam pembelian helm berlogo SNI.
- b. Untuk mengetahui faktor psikologis konsumen yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan mahasiswa Unika Widya Karya Malang dalam pembelian helm berlogo SNI.

2. **Manfaat dari penelitian ini adalah :**

D. **Bagi Peneliti**

Sebagai sarana dan media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan literature untuk menambah wacana baru bagi dunia akademis, dan dapat memperluas pengetahuan baik teori maupun praktek serta penerapan dalam dunia kerja umumnya.

E. **Bagi peneliti lain**

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi penelitian lebih lanjut mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan pengambilan keputusan oleh konsumen yang dilihat dari perilaku konsumen.

F. **Bagi perusahaan**

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan-perusahaan helm berlogo SNI dalam menentukan produk yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan selera konsumen.

G. **Bagi Universitas**

Untuk memperkaya khasanah penelitian yang ada serta dapat digunakan sebagai perbandingan penelitian berikutnya.