

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan atas hasil analisis tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memiliki mobil merek Toyota Avanza di Malang Town Square (Matos). Terbukti dari nilai signifikan F penelitian ini adalah $0,000 < \alpha < 0,05$. Dengan uji t, hanya pembelajaran yang mempunyai pengaruh signifikan dimana signifikansi t $0,000 < \alpha < 0,05$
2. Variabel yang berpengaruh paling dominan dalam penelitian ini adalah variabel pembelajaran. Hal ini dikarenakan variabel pembelajaran memiliki nilai regresi yang terbesar jika dibandingkan dengan variabel-variabel lainnya (motivasi, persepsi, keyakinan dan sikap) yaitu sebesar 0,877.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan hasil kesimpulan ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk perusahaan atau dealer yang menjual mobil merek Toyota Avanza haru lebih memahami psikologis konsumen, khususnya dalam variabel

pembelajaran. Perusahaan bisa melakukan penelitian atau menyebarkan angket untuk mengetahui psikologis konsumen. Atau bisa juga perusahaan sering mengadakan pameran untuk melihat minat beli konsumen terhadap mobil, khususnya mobil merek Toyota Avanza. Hal ini bertujuan untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dalam pembelian mobil merek Toyota Avanza.

2. Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan faktor psikologis konsumen lainnya (motivasi, persepsi, keyakinan dan sikap) yang juga berpengaruh secara bersama-sama dengan faktor psikologis pembelajaran terhadap keputusan pembelian konsumen dalam pembelian mobil merek Toyota Avanza.
3. Perusahaan atau dealer yang menjual mobil merek Toyota Avanza sebaiknya memahami dan juga meneliti faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, mengingat variabel-variabel independen hanya berpengaruh kepada variabel dependen 65,4% sedangkan sisanya sebesar 34,5% adalah faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

LAMPIRAN TABULASI RESPONDEN

NO. Resp	X1			X1 Total	X1 Aver	X2				X2 Total	X2 Aver	X3			X3 Total	X3 Aver	X4				X4 Total	X4 Aver	Y			Y Total	Y Aver
	Motivasi					Persepsi						Pembelajaran					Keyakinan & Sikap						Keputusan Pembelian				
	X11	X12	X13			X21	X22	X23	X24			X31	X32	X33			X41	X42	X43	X44			Y1	Y2	Y3		
1	2	2	2	6	2	3	3	3	3	12	3	2	3	3	8	3	3	3	3	3	12	3	3	2	3	8	3
2	3	2	3	8	3	3	3	4	4	14	4	3	2	1	6	2	3	3	3	3	12	3	1	1	2	4	1
3	3	3	3	9	3	4	4	4	4	16	4	3	3	1	7	2	4	4	4	3	15	4	1	1	3	5	2
4	1	1	1	3	1	3	1	2	1	7	2	1	1	2	4	1	4	2	4	1	11	3	2	1	1	4	1
5	3	2	3	8	3	3	2	3	3	11	3	1	1	1	3	1	3	4	3	3	13	3	1	1	1	3	1
6	3	2	3	8	3	4	4	3	4	15	4	3	4	2	9	3	4	3	4	4	15	4	2	2	4	8	3
7	1	1	1	3	1	3	3	3	1	10	3	2	3	3	8	3	4	3	4	3	14	4	3	3	3	9	3
8	1	1	1	3	1	3	3	3	2	11	3	1	2	2	5	2	4	4	4	4	16	4	2	3	2	7	2
9	2	1	2	5	2	2	1	1	1	5	1	3	2	3	8	3	4	3	4	3	14	4	3	3	2	8	3
10	1	1	1	3	1	4	4	3	4	15	4	2	3	2	7	2	4	4	4	3	15	4	2	3	3	8	3
11	2	2	2	6	2	3	3	3	3	12	3	3	2	3	8	3	3	3	3	3	12	3	3	2	2	7	2
12	3	3	3	9	3	3	4	3	3	13	3	2	2	2	6	2	3	3	3	3	12	3	2	2	2	6	2
13	2	2	2	6	2	3	3	3	4	13	3	3	3	3	9	3	4	3	4	3	14	4	3	2	3	8	3
14	2	3	2	7	2	4	2	4	3	13	3	3	3	3	9	3	3	4	3	3	13	3	3	2	3	8	3
15	3	3	3	9	3	4	4	4	3	15	4	4	4	1	9	3	4	4	4	4	16	4	1	1	4	6	2
16	3	2	3	8	3	3	3	4	2	12	3	4	3	1	8	3	4	3	4	3	14	4	1	1	3	5	2
17	1	1	1	3	1	3	3	3	2	11	3	3	3	2	8	3	4	4	4	4	16	4	2	1	3	6	2
18	1	1	1	3	1	1	2	3	2	8	2	4	4	1	9	3	1	1	1	2	5	1	1	1	4	6	2
19	3	2	3	8	3	4	4	4	4	16	4	3	3	2	8	3	2	3	2	3	10	3	2	2	3	7	2
20	3	3	3	9	3	3	3	3	3	12	3	2	3	3	8	3	4	3	4	3	14	4	3	3	3	9	3
21	2	3	2	7	2	3	3	3	3	12	3	2	3	2	7	2	4	3	4	3	14	4	2	3	3	8	3
22	2	2	2	6	2	3	3	3	3	12	3	3	3	3	9	3	2	3	2	4	11	3	3	3	3	9	3
23	3	3	3	9	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	9	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	9	3
24	2	2	2	6	2	3	3	3	3	12	3	2	3	2	7	2	4	3	4	4	15	4	2	3	3	8	3
25	3	3	3	9	3	3	1	2	1	7	2	2	3	3	8	3	4	3	4	3	14	4	3	4	3	10	3
26	3	3	3	9	3	3	2	3	3	11	3	1	2	3	6	2	4	4	4	4	16	4	3	3	2	8	3
27	3	3	3	9	3	4	4	3	4	15	4	3	2	4	9	3	4	3	4	3	14	4	4	4	2	10	3
28	3	3	3	9	3	3	3	3	1	10	3	2	3	3	8	3	4	4	4	3	15	4	3	2	3	8	3
29	2	1	2	5	2	3	3	3	2	11	3	3	2	2	7	2	3	3	3	3	12	3	2	3	2	7	2
30	1	2	1	4	1	2	1	1	1	5	1	2	2	2	6	2	3	3	3	3	12	3	2	4	2	8	3
31	2	2	2	6	2	4	4	3	4	15	4	3	3	4	10	3	4	3	4	3	14	4	4	3	3	10	3
32	2	2	2	6	2	3	3	3	3	12	3	2	3	2	7	2	3	4	3	3	13	3	2	3	3	8	3
33	1	1	1	3	1	3	4	3	3	13	3	2	2	2	6	2	4	4	4	4	16	4	2	2	2	6	2
34	3	2	3	8	3	3	3	3	4	13	3	3	3	3	9	3	4	3	4	3	14	4	3	3	3	9	3
35	2	2	2	6	2	4	2	4	3	13	3	2	2	2	6	2	4	4	4	4	16	4	2	2	2	6	2
36	2	2	2	6	2	4	4	4	3	15	4	3	3	3	9	3	1	1	1	2	5	1	3	3	3	9	3
37	2	1	2	5	2	3	3	3	3	12	3	3	3	3	9	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	9	3
38	2	2	2	6	2	3	3	3	3	12	3	2	2	2	6	2	3	3	3	2	11	3	2	2	2	6	2
39	2	2	2	6	2	3	3	3	3	12	3	2	3	2	7	2	3	3	3	3	12	3	2	3	3	8	3
40	2	2	2	6	2	4	3	3	3	13	3	2	3	2	7	2	3	3	3	3	12	3	2	3	3	8	3
41	1	1	1	3	1	4	3	3	4	14	4	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	12	4
42	2	2	2	6	2	4	4	3	3	14	4	1	2	1	4	1	4	3	4	3	14	4	1	2	2	5	2
43	1	1	1	3	1	4	3	3	3	13	3	3	4	3	10	3	3	4	3	4	14	4	3	4	4	11	4
44	3	3	3	9	3	3	3	3	3	12	3	2	3	2	7	2	3	3	3	3	12	3	2	3	3	8	3
45	1	2	1	4	1	4	4	3	4	15	4	4	3	4	11	4	4	3	4	3	14	4	4	3	3	10	3
46	3	3	3	9	3	4	3	3	3	13	3	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	12	4
47	2	2	2	6	2	3	3	4	4	14	4	3	2	3	8	3	4	4	4	4	14	4	3	2	2	7	2
48	2	2	2	6	2	4	4	2	3	13	3	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	12	4
49	3	2	3	8	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	9	3	3	3	3	4	13	3	3	3	3	9	3
50	2	2	2	6	2	3	3	2	3	11	3	3	3	3	9	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	9	3

HASIL OUTPUT SPSS

Uji Validitas

1. Motivasi

Correlations

		x1-motivasi
x11	Pearson Correlation	,974**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	50
x12	Pearson Correlation	,880**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	50
x13	Pearson Correlation	,974**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	50
x1-motivasi	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Persepsi

Correlations

		x2-persepsi
x21	Pearson Correlation	,768**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	50
x22	Pearson Correlation	,855**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	50
x23	Pearson Correlation	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	50
x24	Pearson Correlation	,865**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	50
x2-persepsi	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

3. Pembelajaran

Correlations

		x3-pembelajaran	
x31	Pearson	,835**	
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		,000
	N		50
x32	Pearson	,787**	
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		,000
	N		50
x33	Pearson	,701**	
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		,000
	N		50
x3-pembelajaran	Pearson	1	
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		
	N		50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Keyakinan dan Sikap

Correlations

		x4-keyakinan & sikap	
x41	Pearson	,898**	
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		,000
	N		50
x42	Pearson	,828**	
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		,000
	N		50
x43	Pearson	,898**	
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		,000
	N		50
x44	Pearson	,649**	
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		,000
	N		50
x4-keyakinan & sikap	Pearson	1	
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		
	N		50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

5. Keputusan Pembelian

Correlations

		y-keputusan pembelian
y1	Pearson Correlation	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	50
y2	Pearson Correlation	,865**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	50
y3	Pearson Correlation	,608**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	50
y-keputusan pembelian	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

1. Motivasi (X1)

X1-Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,939	3

2. Persepsi (X2)

X2-Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,817	4

3. Pembelajaran (X3)

X3-Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,658	3

4. Keyakinan dan Sikap

X4-Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	4

5. Keputusan Pembelian

Y-Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,684	3

REGRESSION

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x4-keyakinan & sikap, x3-pembelajaran, x1-motivasi, x2-persepsi	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: y-keputusan pembelian

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,826 ^a	,682	,654	1,181	,682	24,140	4	45	,000	,837

a. Predictors: (Constant), x4-keyakinan & sikap, x3-pembelajaran, x1-motivasi, x2-persepsi

b. Dependent Variable: y-keputusan pembelian

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134,635	4	33,659	24,140	,000 ^a
	Residual	62,745	45	1,394		
	Total	197,380	49			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
		1	(Constant)	1,052			1,308	
	x1-motivasi	-,015	,083	-,016	-,182	,857	,936	1,069
	x2-persepsi	-,124	,074	-,152	-1,673	,101	,854	1,172
	x3-pembelajaran	,877	,092	,837	9,568	,000	,922	1,085
	x4-keyakinan & sikap	,111	,073	,131	1,536	,132	,973	1,028

a. Dependent Variable: y-keputusan pembelian

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	x1- motivasi	x2- persepsi	x3- pembelajaran	x4-keyakinan & sikap
1	1	4,838	1,000	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,082	7,665	,00	,84	,00	,11	,01
	3	,040	11,003	,02	,08	,00	,67	,28
	4	,027	13,276	,00	,05	,90	,13	,17
	5	,012	20,025	,97	,02	,09	,09	,54

a. Dependent Variable: y-keputusan pembelian

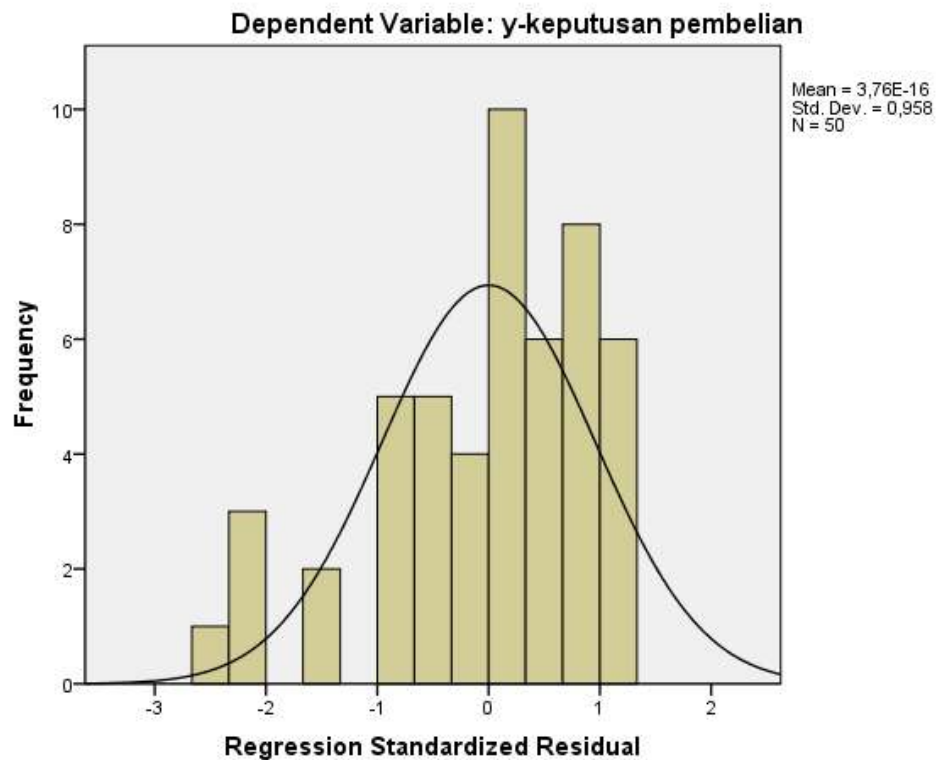
PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Residuals Statistics^a

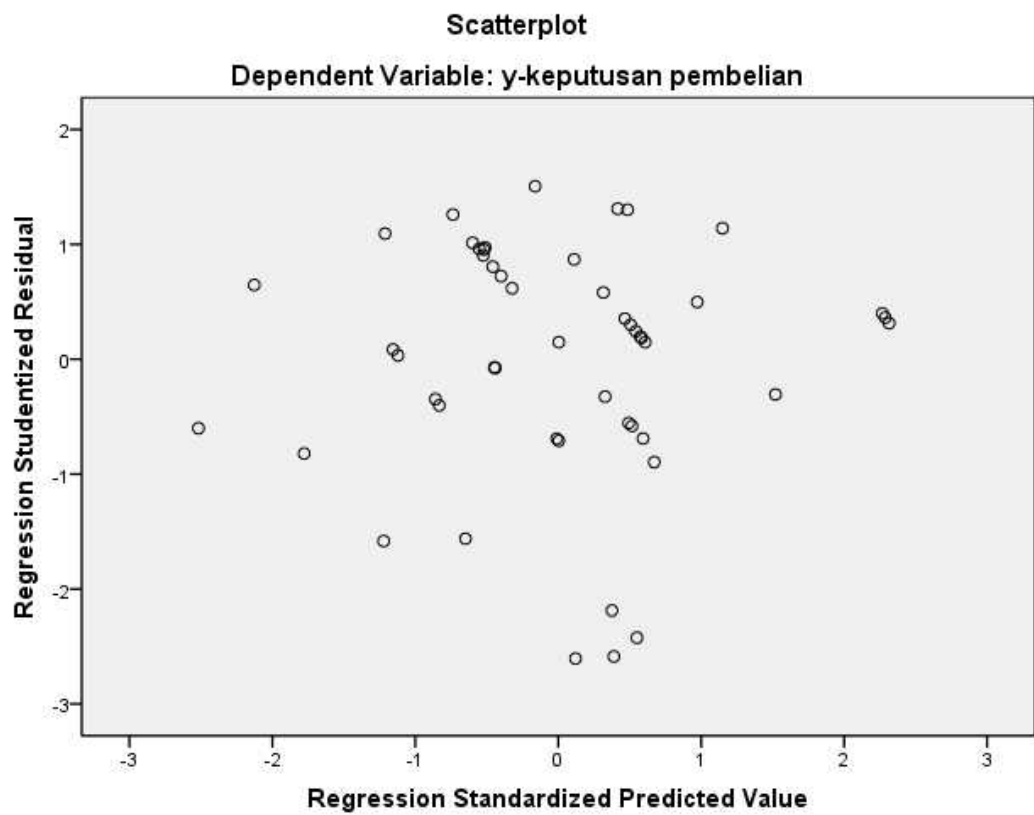
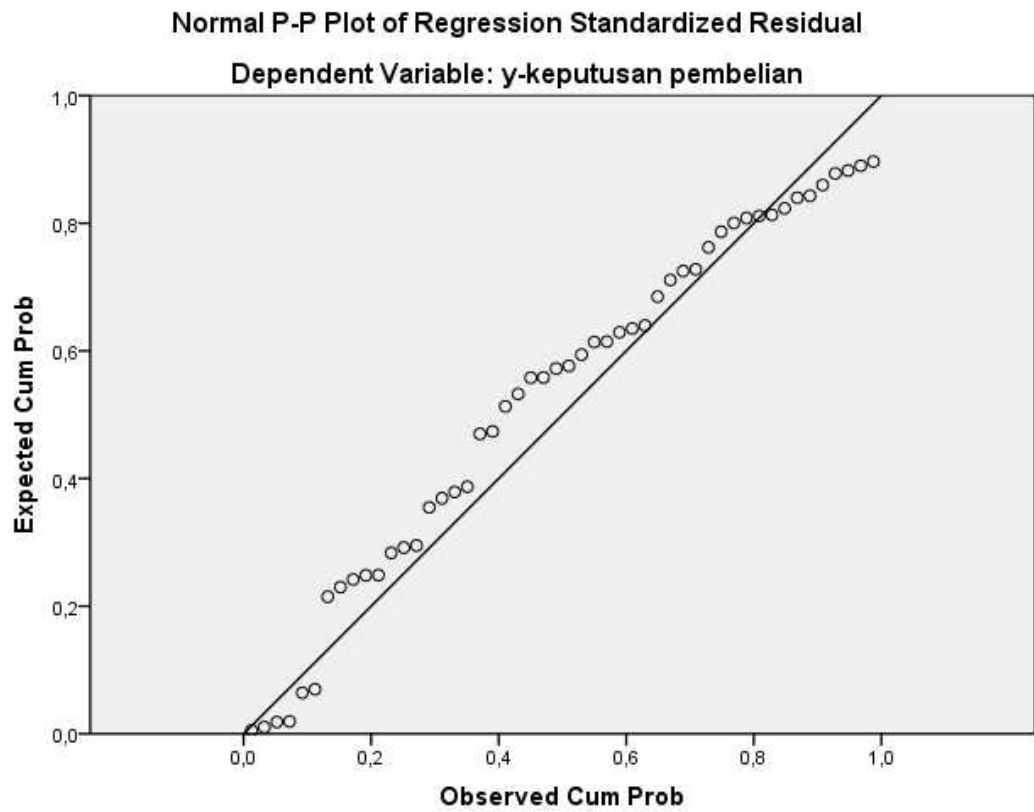
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3,65	11,66	7,82	1,658	50
Std. Predicted Value	-2,517	2,314	,000	1,000	50
Standard Error of Predicted Value	,186	,698	,351	,129	50
Adjusted Predicted Value	3,78	11,60	7,83	1,678	50
Residual	-3,020	1,490	,000	1,132	50
Std. Residual	-2,557	1,262	,000	,958	50
Stud. Residual	-2,606	1,506	-,002	1,030	50
Deleted Residual	-3,788	2,184	-,006	1,320	50
Stud. Deleted Residual	-2,796	1,528	-,015	1,064	50
Mahal. Distance	,235	16,136	3,920	3,670	50
Cook's Distance	,000	,719	,037	,106	50
Centered Leverage Value	,005	,329	,080	,075	50

a. Dependent Variable: y-keputusan pembelian

Histogram



PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA



DAFTAR PUSTAKA

BUKU-BUKU

- Arifin, Ali. 2004. *Seni Menjual Perspektif Bisnis; Ide-Ide Penjualan Serta Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Aritonang, Lerbin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Assauri, Sofyan. 1987. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran*,
- Boyd, Walker dan Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global Edisi Kedua*. Jakarta : Erlangga.
- Drummond, Helga. 2005. *Pengambilan Keputusan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Indradi, Agustinus. 2003. *Cermat Berbahasa Indonesia*. Malang: Dioma.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Bumi Aksara

..... 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.

..... 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium diterjemahkan
Benyamin Molan*. Jakarta: PT. Prenhallindo

..... 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 9*. Jakarta: PT.Prehallindo.

Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*.
Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:
Erlangga.

..... 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Jakarta: PT.
Gelora Aksara Pratama.

Mangkunegara, A.P. 2009. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama.

Mowen, John C. Dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan
Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Richard P. Coleman. *The Continuing Significance of Social Class to Marketing*,
Journal of Consumer Research, Des, 1983, hlm, 265.

Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Stanton, William. 1997. *Fundamental of Marketing*. Tokyo: Graw Hill Book.

Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.

Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

INTERNET

www.toyota.astra.co.id/product/avanza/#safety

www.toyota.astra.co.id/product/avanza/#interior

