

# PENGARUH MOTIVASI, GAYA HIDUP, PERSEPSI DAN PEMBELAJARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA PCX PADA DEALER SUMBER CAHAYA MOTOR PALEMBANG

James Christian Tandi<sup>1\*</sup>) dan Retno Budi Iestari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Multi Data Palembang, Indonesia

Email: <sup>1</sup>james.tandi@mhs.mdp.ac.id, <sup>2</sup>retnobudilestari\_mhs.mdp.ac.id

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa pengaruh motivasi dan gaya hidup yang mempengaruhi keputusan pembelian motor honda pcx pada dealer Sumber Cahaya Motor Palembang. Pengumpulan data untuk penelitian ini membagikan kuesioner kepada 102 responden. Pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan metode purposive sampling dengan bantuan SPSS 24. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa motivasi dan gaya hidup berpengaruh positif signifikan pada keputusan pembelian dengan nilai  $0.000 < 0.05$ . Uji simultan membuktikan bahwa nilai F bernilai 30.427 dengan 0.000 nilai signifikan yang artinya variabel motivasi dan gaya hidup dapat dikatakan berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Motivasi; gaya hidup; persepsi*

## Abstract

*The purpose of this study is to analyze the motivational and lifestyle agents that influence the decision to purchase Honda pcx motorcycles at Sumber Cahaya Motors dealers. The data collection for this study distributed questionnaires to 102 respondents. The sampling uses nonprobability sampling using the purposive sampling method with the help of SPSS 24. Partial test results show that motivation and lifestyle have a significant positive effect on purchasing decisions with a value of  $0.000 < 0.05$ . The simultaneous test proves that the F value is 30,427 with a significant value of 0,000, which means that motivation and lifestyle variables can be said to have a positive and significant influence on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Motivation; lifestyle; perception.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin maju memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap industri otomotif, salah satunya ada di sektor industri mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam industri otomotif adalah kendaraan sepeda motor. Perkembangan sepeda motor tersebut tentu dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kebutuhan manusia untuk menunjang aktifitas dan mobilitasnya agar tetap efisien. Sepeda motor dijadikan solusi yang paling efisien dan efektif karena sepeda motor merupakan kendaraan yang bebas macet, lebih hemat bahan bakar, serta efisien waktu tempuh. Semakin banyaknya pengguna kendaraan roda dua membuat para pengusaha otomotif berlomba-lomba untuk menciptakan produk-produk baru, dari kendaraan roda dua mulanya digerakan *manual*, seiring berjalannya waktu sekarang telah bertambah menjadi penggerak otomatis atau sering disebut dengan *matic*.

Dari pilihan jenis motor *manual* dan *matic*, cenderung sekarang ini konsumen memilih untuk menggunakan motor *matic* sebagai kendaraan yang efisien. Berdasarkan data astra motor, dari data yang ada penjualan roda dua berhasil mencapai angka diatas 7 juta pada tahun 2019, mengalami kenaikan dari tahun 2018 sebelumnya yang hanya mencapai angka 6 juta penjualan. Dari data tersebut, mayoritas memilih untuk membeli motor *matic* dikarenakan beberapa alasan. Salah satunya karena kenyamanan dalam berkendara serta kemudahan penggunaannya. Bahkan, hingga detik ini, motor *matic* masih menjadi primadona bagi banyak pengendara. Lebih detailnya, motor *matic* memiliki transmisi yang serba otomatis, sehingga pengendara tidak perlu melakukan perpindahan gigi seperti kendaraan motor *manual*. Pengendara motor *matic* hanya perlu mengontrol gas dan rem saja saat berkendara.

Penelitian yang dilakukan Sumiati, Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2018. Universitas Brawijaya, 2018. Dengan judul Pengaruh Motivasi Pembelian dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Malang. Dalam hasil penelitian ini adalah bahwa kedua variabel independen yang diuji dari hasil uji F memperlihatkan bahwa pengaruh secara bersamaan dari seluruh variabel independen (Motivasi Pembelian, Gaya Hidup) terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan hasil signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Zulkifri, Jurusan Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau, 2019. Dengan judul Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Kota Pekanbaru. Dalam hasil penelitian ini adalah bahwa kedua variabel independen yang diuji dari hasil uji F memperlihatkan bahwa pengaruh secara bersamaan dari seluruh variabel independen (Motivasi, Persepsi) terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan hasil signifikan.

## METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, dan bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan. Penelitian ini menguji seberapa besar pengaruh Motivasi, Gaya Hidup, Persepsi, dan Pembelajaran terhadap Keputusan Pembelian. Tujuan metode ini adalah mengetahui pengaruh motivasi dan gaya hidup. Objek penelitian ini adalah dealer motor

Sumber Cahaya Motor Palembang berkaitan dengan motivasi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Subjek penelitian berupa konsumen yang sudah membeli motor pada dealer Sumber Cahaya Motor Palembang. Sampel penelitian diperoleh melalui *non probability* sampling pada konsumen yang membeli motor pada dealer Sumber Cahaya Motor Palembang sebagai populasi. Teknik ini digunakan untuk penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu seperti konsumen yang membeli motor di dealer Sumber Cahaya Motor Palembang yang akan menggunakan rumus Slovin. Hasil wawancara dan kuisisioner konsumen yang motor di dealer Sumber Cahaya Motor Palembang termasuk data primer. Sedangkan data sekunder penelitian ini yaitu buku, jurnal terdahulu dan artikel yang relevan dengan variable diteliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengolahan Data variabel bebas dan terikat dapat dilihat pada tabel 1:

**Tabel 1. R Square**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 <sup>a</sup>	.621	.614	1.344

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Motivasi

Sumber: Data yang diolah, 2024

Nilai R pada Tabel 1. diperoleh sebesar 0.788 artinya besar korelasi variabel independen dengan variabel dependen adalah 0.788 atau 78.8%. Nilai R Square 0.621 dan nilai Adjusted R Square 0.614 atau 61,4% .Artinya pengaruh motivasi dan gaya hidup mempengaruhi variabel keputusan. Sisa 38,6 % diperoleh dari variabel yang tidak diteliti peneliti.

**Tabel 2. Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.097	1.026		3.993	<.001
	Motivasi	.482	.126	.392	3.840	<.001
	Gaya Hidup	.538	.125	.440	4.319	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data yang diolah, 2024

- a. Motivasi memiliki signifikansi  $0.01 < 0.05$  dan t hitung didapatkan nilai sebesar  $3.840 > t_{tabel}$  maka variabel motivasi berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian.
- b. Gaya hidup memiliki signifikansi  $0.01 < 0.05$  dan t hitung didapatkan nilai sebesar  $4.319 > t_{tabel}$  maka variabel Gaya Hidup berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian.

**Tabel 3. Uji F**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	293.665	2	146.832	81.275	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	178.855	99	1.807		
	Total	472.520	101			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Motivasi

Sumber: Data yang diolah, 2024

Uji F pada Tabel 3 bernilai 81.275 dengan nilai signifikan yang artinya variabel Motivasi dan Gaya Hidup dinyatakan memiliki pengaruh pada Keputusan Pembelian.

#### ***Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial***

Penelitian ini menghasilkan nilai signifikan sebesar  $0.001 < 0.05$  dan  $3.840 > 1.984$ , maka variabel motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Penelitian yang dilakukan oleh Sumiati, Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2018. Universitas Brawijaya, 2018. Dengan judul Pengaruh Motivasi Pembelian dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Malang. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel Motivasi memiliki pengaruh secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian selaras dengan Penelitian yang lain.

#### ***Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial***

Penelitian ini menghasilkan nilai signifikan sebesar  $0.001 < 0.05$  dan  $4.319 > 1.984$ , maka variabel Gaya Hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Penelitian yang dilakukan oleh Sumiati, Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2018. Universitas Brawijaya, 2018. Dengan judul Pengaruh Motivasi Pembelian dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Malang. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel Motivasi memiliki pengaruh secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian selaras dengan Penelitian yang lain.

#### ***Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen secara Simultan***

Hasil uji F yang telah dilakukan, diperoleh bahwa nilai signifikan sebesar  $0.000, 0.05$ , yang artinya memiliki pengaruh positif secara simultan pada Motivasi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada dealer Sumber Cahaya Motor Palembang.

Nilai adjusted R Square sebesar 0.614 atau 61,4% bahwa variabel Motivasi dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan sisanya sebesar 38,6% diperoleh dari variabel di luar penelitian ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa variabel Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan nilai 3,840 > 1.984. Variabel Gaya Hidup memiliki nilai 0,000 dan nilai 4,319 > 1.984, maka variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan. Secara simultan variabel harga dan promosi memiliki nilai sebesar 95,868 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai saran kepada (1) Dealer Sumber Cahaya Motor Palembang yang ada di Kota Palembang, dapat menjadikan penelitian ini sebagai refrensidan masukan dalam menerapkan variabel yang berpengaruh di Kota Palembang, dengan mempertahankan harga yang bersaing dan membangun serta promosi yang sesuai dengan target marketnya, (2) Bagi penelitian, diharapkan dari penelitian ini dapat menambah wawasan peneliti dan pengetahuan kepada para pembaca dan peneliti. (3) Bagi Peneliti selanjutnya, kiranya penelitian ini dapat berkembang dengan menambahkan variabel baru yang relevan dalam keputusan pembelian pada dealer Sumber Cahaya Motor Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Febriyanti, Reni. Desain, Pengaruh, Gaya Hidup, D. A. N. Kelompok, and Acuan Terhadap. n.d. "KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Kebumen) Program Studi S1 Manajemen Universitas Putra Bangsa Abstrak." 1-7.
- Firmansyah, Alik. 2023. Mengenal Sejarah Motor Matic Dari 1884 Sampai Sekarang. Diakses Kamis, 5 Oktober 2023.
- Ghozali, P. H. I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Group, Reference, and Honda Beat Motorcycle. n.d. "Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Pekanbaru."
- Hartono, D. 2019. Metodologi Penelitian. Zanafra.
- Irwansyah. Rudy. dkk. 2021. Perilaku Konsumen. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Kotler, P and Armstrong, G. 2018. Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online. Terjemahan Jusuf. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Tompunu, Merna M. M. 2014. "Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Dan Sikap Konsumen Pengaruhnya.