

**PENGARUH MOTIVASI DAN PERSEPSI TERHADAP  
PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PELUMAS SHELL  
ADVANCE PADA MAHASISWA S1 FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk memenuhi sebahagian persyaratan mencapai gelar  
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen*

Oleh :

**AGUS ARIANTO**  
**06 152 130**

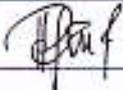
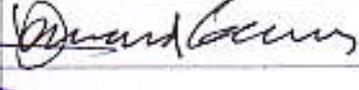


Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Andalas  
Padang  
2011

	No. Alumni Universitas	AGUS ARIANTO	No. Alumni Fakultas
	a). Tempat / Tgl Lahir : Bukittinggi / 21 Agustus 1988 b). Nama Orang Tua : Hendrizal dan Eli Desni c). Fakultas : Ekonomi d). Jurusan : Manajemen e). No. BP : 06152130 f) Tgl Lulus : 24 Januari 2011 g). Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h). IPK : 3,00 i) Lama Studi : 4 tahun 5 bulan j). Alamat Orang Tua : Jln. Adinegoro No. 63 Tengah Jua Bukittinggi.		
<b>PENGARUH MOTIVASI DAN PERSEPSI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PELUMAS SHELL ADVANCE PADA MAHASISWA S1 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS</b> Skripsi S1 oleh Agus Arianto, Pembimbing Dr. Ratni Prima Lita, SE. MM  <b>ABSTRAK</b>			
<p>Untuk memenangkan persaingan pasar, perusahaan harus mengetahui apa sebetulnya keinginan dari konsumen, sebab konsumenlah yang pada akhirnya menentukan keputusan untuk membeli suatu produk. Perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk dipengaruhi banyak faktor diantaranya motivasi dan persepsi. Pada penelitian ini akan didapatkan informasi tentang hubungan motivasi dan persepsi terhadap proses keputusan pembelian pelumas Shell Advance. Ruang lingkup penelitian ini membahas tentang motivasi dan persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas terhadap proses keputusan pembelian pelumas Shell Advance. Dengan hipotesis diduga ada pengaruh motivasi dan persepsi terhadap proses keputusan pembelian pelumas Shell Advance. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 100 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi yang membeli pelumas Shell Advance. Metode pengolahan data dengan program SPSS, dalam analisis data menggunakan analisis regresi berganda, yaitu untuk mengetahui pengaruh motivasi dan persepsi terhadap proses keputusan pembelian pelumas Shell Advance. Hasil penelitian adalah ternyata terdapat pengaruh motivasi dan persepsi dalam proses keputusan pembelian pelumas Shell Advance pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.</p>			

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 24 Januari 2011

Abstrak telah disetujui oleh penguji:

Tanda Tangan			
Nama Terang	Dr. Ratni Prima Lita, SE. MM	Asmi Abbas, SE. MM	Donat Games, SE. M.Bus (Adv)

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen:

Dr. Harif Amali Rivai, SE. Msi  
Nip. 19710221 199701 1 001



Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas / Universitas Andalas dan menandatangani sebagai Alumnus:

	Petugas Fakultas/ Universitas	
Nomor Alumni Fakultas:	Nama	Tanda Tangan
Nomor Alumni Universitas:	Nama	Tanda Tangan

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia mempunyai banyak kebutuhan dalam hidupnya. Mulai dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, hingga kebutuhan pengaktualisasian diri. Mereka terlibat langsung dalam memenuhi berbagai kebutuhannya. Hal tersebut sesuai dengan Schiffman dan Kanuk (2004) yang mendefenisikan perilaku konsumen merupakan tindakan dari konsumen yang terlibat langsung dalam mencari, pemilihan, pembelian, penggunaan, dan evaluasi produk dan jasa yang diharapkan akan memuaskan kebutuhannya.

Dari sekian banyak kebutuhan, salah satunya adalah kebutuhan akan transportasi. Kebutuhan ini dirasa sangat penting karena akan mempercepat mobilitas dari individu. Disamping itu juga akan membantu meningkatkan perekonomian dengan mudahnya mengirim barang ke suatu tempat dengan adanya alat transportasi.

Alat transportasi yang banyak digunakan saat ini adalah sepeda motor. Disamping harga yang lebih murah dari kendaraan lain, juga dapat dibeli secara kredit. Hal ini menyebabkan penjualan sepeda motor meningkat belakangan ini. Dapat dilihat pada data yang diperoleh kompas.com (2010), penjualan sepeda motor di Indonesia pada tahun 2009 mencapai 5.881.777 unit.

Berdasarkan survei pendahuluan (2010), penulis banyak menemukan penggunaan sepeda motor pada kalangan mahasiswa Universitas Andalas khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi. Sepeda motor dirasa cocok bagi mahasiswa karena lebih irit bahan bakar dibandingkan kendaraan bermotor lainnya. Disamping itu, kendaraan ini lebih mudah menembus kemacetan lalu lintas di kota Padang. Dengan adanya sepeda motor maka mahasiswa dapat dengan cepat menjangkau kampus yang terletak cukup jauh dari rumah.

Penggunaan sepeda motor tentu harus diiringi dengan melakukan *service* secara berkala salah satunya adalah penggantian pelumas. Pelumas berfungsi untuk melindungi motor dari kerusakan pada bagian mesin. Pelumas melumasi mesin dari gesekan dan melindungi komponen dari korosi.

Banyak jenis pelumas beredar di pasaran Indonesia. Pelumas ini ada buatan lokal seperti Federal, AHM, Yamalube, Union, Evalube, Enduro, Repsol, dan STP maupun buatan luar negeri seperti Castrol, Top 1, Total, Shell Advance, Agip, dan Penzoil (Hasil pengamatan di lapangan, 2010). Tidak semua pelumas memiliki kualitas yang baik. Oleh sebab konsumen perlu memilih pelumas yang terbaik dan sesuai dengan sepeda motornya.

Salah satu pelumas sepeda motor yang memiliki kualitas bagus adalah pelumas Shell Advance. Hal ini dibuktikan dengan dikukuhkannya Shell sebagai pelumas nomor satu di dunia selama 4 tahun berturut-turut dalam sebuah studi riset tahunan yang diselenggarakan oleh Kline & Company (Melalui [www.moderncarcare.com](http://www.moderncarcare.com), 2010). Selain itu, dikutip dari detik.com (2010), pangsa pasar pelumas sepeda motor Indonesia, merek Shell Advance telah tumbuh

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas membeli pelumas Shell Advance karena adanya kebutuhan akan pelumas yang berkualitas. Kualitas pelumas tersebut menjadi motivasi dalam membeli pelumas Shell Advance.
2. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas berpendapat harga pelumas Shell Advance sesuai dengan kualitasnya.
3. Pengaruh pesan dari pihak lain yang didapat mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas tentang pelumas Shell Advance mempengaruhi persepsinya terhadap pelumas tersebut.
4. Adanya perhatian terhadap spesifikasi produk seperti keunggulan dan kemasan serta periklanan pada media cetak/elektronik mempengaruhi persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas dalam membeli pelumas Shell Advance.

#### 6.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh motivasi dan persepsi terhadap proses keputusan pembelian pelumas Shell Advance. Royal Dutch Shell plc merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di sektor energi dan

## DAFTAR PUSTAKA

- Akib, Syubhan. 2010. "Shell: Indonesia Pasar Potensial". Diunduh dari <http://www.oto.detik.com/kanal/648>.
- Hutagalung, Raja Bongsu dan Novi Aisha. 2009. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Menggunakan Dua Ponsel (GSM dan CDMA) pada Mahasiswa Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi USU". *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 1/ Nomor 3/hlm. 97-102.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Marketing Management*, Thirteenth Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kusumayanto, Djoko Dwi dan Willy Dwi Wahyu. 2009. "Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Notebook ACER (Studi pada Pengguna Fasilitas Hotspot Kafe Aquanos Kota Malang)". *Jurnal Eksekutif*. Vol. 6/Nomor 1/hlm. 44-57.
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. terj. Lina Salim. Jilid 1. Edisi kelima. Jakarta: Erlangga.
- Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution) untuk Analisis Data dan Uji Statistik*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rao, Purba. 1996. *Measuring Consumer Reception Through Factor Analysis*. The Asian Manager.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2004. *Consumer Behavior*. International Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business*. Jilid 2. Edisi keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfa Beta.