
Faktor Keputusan Pembelian Motor Bekas 2-Tak Yamaha RX-King di Kota Makassar

Decision Factors for Purchase of Used Motorcycles 2-Tak Yamaha RX-King in Makassar City

¹Mujahid*, ²Nasyirah Nurdin, ³Syamsul Riyadi, ⁴Angga Kusuma
^{1,2,3}Program Studi Manajemen Universitas Fajar
(*Email Korespondensi: mujahid@unifa.ac.id)

Abstrak

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara tidak langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan dalam pembelian sepeda motor bekas 2-tak Yamaha RX-King di kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif kualitatif yang dimana informan sebanyak 7 orang yang berada di kota Makassar. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan Teknik penelitian Pustaka (library research) dan penelitian lapangan (field research) dengan cara wawancara serta observasi. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa faktor keputusan pembelian sepeda motor bekas 2-tak Yamaha RX-King di kota Makassar dikarenakan faktor peran keluarga serta teman terdekat dan juga hobi atau gaya hidup yang mejadi faktor yang paling berperan dalam keputusan pembelian motor bekas 2-tak Yamaha RX-King ddi kota makassar.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Motor Bekas 2-Tak Yamaha Rx-King, Faktor Keputusan Pembelian

Abstract

Purchasing decisions are individual activities that are indirectly involved in making decisions to make purchases of the products offered by the seller. This study aims to analyze the decision to purchase a used 2-stroke Yamaha RX-King motorcycle in the city of Makassar. This study used a qualitative method with a qualitative descriptive analysis approach in which 7 informants were in the city of Makassar. The data in this study were collected using library research techniques and field research by means of interviews and observations. From the results of the study it was concluded that the decision factor for purchasing a used 2-stroke Yamaha RX-King motorbike in Makassar city was due to the role of family and closest friends and also hobbies or lifestyle which became the most influential factor in the decision to buy a used 2-stroke Yamaha RX motorbike. -King in the city of Makassar.

Keywords: Buying Decision, Used 2-Stroke Yamaha Rx-King Motorbike, Buying Decision Factor

PENDAHULUAN

Keadaan pasar teknologi dari tahun ke tahun selalu berkembang dengan cepatnya dan sejalan dengan persaingan antara perusahaan atau produsen. Salah satunya yaitu persaingan pada bidang kendaraan roda dua. Ada banyak sekali jenis kendaraan roda dua yang memenuhi jalanan di Indonesia. Berbagai model, merk dan jenis semuanya mengalami peningkatan permintaan. Permintaan pasar yang kian meningkat menandakan bahwa kendaraan roda dua atau sepeda motor merupakan salah satu industri teknologi yang banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia. Maka dengan ini bisa menjadi tolak ukur atau acuan kepada setiap produsen sepeda motor guna memahami perilaku daripada konsumen. Dengan begitu produsen yang sebagai organisasi yang mencari keuntungan dapat bertahan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan dari para konsumen. Dalam hal ini produsen dituntut agar memahami konsep dasar serta perilaku konsumen seperti, kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Maka dengan begitu akan memudahkan para produsen agar menyiapkan konsep pemasaran yang efektif guna menghadapi perilaku konsumen yang cepat atau lambat selalu berubah. Menurut Sangadji dan Sopiiah (2013) "Kebutuhan manusia adalah kondisi di mana tidak adanya atau terpenuhinya rasa kepuasan, manusia membutuhkan asupan makanan, minuman serta tempat tinggal. kebutuhan juga adalah hakikat biologis pada kondisi manusia. Kebutuhan telah melekat pada diri manusia sejak lahir sedangkan keinginan merupakan hasrat suatu kepuasan.

Produsen memantik atau merangsang konsumen. Contohnya, masyarakat Indonesia membutuhkan beras, tetapi juga menginginkan yang lainnya seperti ubi dan jagung. Permintaan merupakan keinginan berupa produk yang spesifik didorong oleh kemampuan untuk membeli atau memilikinya. Keinginan menjadi permintaan apabila didorong dengan kemampuan dan kesediaan untuk membeli atau memilikinya". Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya maka seseorang mengkonsumsi barang yang dirasa mempunyai manfaat dan mampu memenuhi kebutuhannya tersebut. Konsumsi merupakan salah satu kegiatan manusia dimana manusia

langsung menggunakan barang, untuk digunakan dengan tujuan mendapatkan kepuasan yang akan berakibat menghabiskan nilai dari suatu barang.

Konsumen memiliki pertimbangan yang berbeda-beda dalam memutuskan untuk melakukan pembelian sepeda motor. Konsumen membeli sepeda motor didorong oleh adanya kebutuhan akan bepergian atau dengan kata lain untuk mempermudah dalam hal berpindah dari suatu tempat ke tempat lainnya, tepatnya bagi masyarakat yang memiliki banyak kesibukan dengan bepergian. Maka diharapkan dengan adanya kendaraan roda dua akan sangat memudahkan masyarakat untuk melakukan perjalanan. Keputusan pembelian adalah suatu proses dalam melakukan pembelian produk yang didahului oleh pemikiran serta analisis tentang adanya manfaat yang didapatkan setelah membeli dan menggunakan suatu produk. Proses terciptanya keputusan pembelian ini tidak terjadi begitu saja, ada berbagai hal yang menyebabkan terjadinya suatu keputusan pembelian. Hadirnya merek-merek baru dari sepeda motor sakarang ini terjadi karena banyak perusahaan yang mulai menyadari akan peluang bisnis yang begitu menjanjikan pada sektor sepeda motor. Selain itu dengan munculnya berbagai macam merek sepeda motor sangat membantu dalam meramaikan persaingan antar perusahaan di pasar.

Dengan bobot mesin 2-tak yang lebih ringan dibandingkan dengan mesin 4-tak, mesin 2-tak juga mampu menghasilkan tenaga yang lebih besar dibandingkan mesin 4-tak walaupun ukuran mesinnya sama. Meski demikian motor berjenis mesin 2-tak ini sudah tidak diproduksi dan dipasarkan di Indonesia dikarenakan beberapa sebab. Menurut data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), penjualan motor 2-tak mengalami penurunan penjualan yang signifikan pada tahun 2004. Di tahun 2003, angka penjualan masih mencapai 321 ribu unit kemudian berselang setahun berikutnya yaitu 2004, angka penjualan anjlok menjadi 296 ribu unit.

Kondisi ini sangat berbanding terbalik dengan angka penjualan motor berjenis 4-tak, ditahun 2003 angka penjualan motor 4-tak mencapai 2,5 juta unit, kemudian pada tahun

2004 jumlah penjualannya melonjak menjadi 3,6 juta unit. Disamping daripada persaingan penjualan tersebut, pemerintah yaitu Menteri Negara Lingkungan Hidup mengeluarkan keputusan Menteri nomor 141 yang mewajibkan ambang batas emisi gas buang kendaraan bermotor setara pada standar Euro 2. Keputusan ini wajib berlaku pada setiap kendaraan yang sedang diproduksi saat itu dan diberlakukan pada tahun 2005. Peraturan yang dibuat tersebut memaksa pabrikan motor 2-tak agar memproduksi motor jenis 4-tak dan menghentikan produksi motor 2-tak, seperti Yamaha, Suzuki, dan juga ada Kawasaki yang merupakan pabrikan motor 2-tak terakhir yang beroperasi memproduksi motor 2-tak yaitu Ninja 150 R sampai 2015.

Yamaha RX-King merupakan salah satu motor 2-tak yang paling legendaris di Indonesia karena RX-King juga menjadi motor dengan tahun produksi terpanjang. Pertama kali hadir tahun 1983. PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) memproduksi motor generasi pertama RX-King selama periode 1983-1991. Kemudian periode 1992-2001, pada periode ini RX-King mengalami cukup banyak perubahan tampilan seperti, sepatbor depan, speedometer, warna setang, tutup rantai, behel belakang, juga bagian lampu. Kemudian pada periode tahun 2002-2008 hadir New RX-King, produk motor Yamaha RX-King ini Kembali merubah tampilan aksesorisnya dengan cukup signifikan seperti merubah bentuk speedometer dari kotak menjadi bulat, juga merubah bentuk lampu depan menjadi oval. Di tahun 2003 RX-King mengeluarkan produk edisi khusus pada perayaan 20 tahun produksi RX-King di Indonesia.

Populasi motor Yamaha RX-King di Indonesia yang sudah jarang dan cukup langka saat ini, menjadikan klasifikasi dari produk motor Yamaha RX-King adalah sebagai barang koleksi. Maka dari itu motor Yamaha RX-King memiliki harga jual yang tinggi. Harga jual dari motor Yamaha RX-King tergantung pada kondisi fisik motor itu sendiri, sehingga banyak dari kolektor dan pecinta motor klasik Yamaha RX-King rela merogoh kocek hingga puluhan juta rupiah untuk membeli motor tersebut. Oleh karena

itu penulis tertarik menganalisa mengenai keputusan konsumen dalam pembelian motor bekas 2-tak/klasik. Selain itu, Analisa mengenai keputusan konsumen tersebut belum pernah dilakukan di kota Makassar. Sehubungan dengan jabaran yang telah dipaparkan diatas, maka pembahasan penelitian ini mengenai tentang keputusan pembelian sepeda motor bekas 2-tak/klasik di kota Makassar. Sepeda motor bekas 2-tak/klasik yang dimaksudkan disini adalah Yamaha RX-King.

METODE

Cara penelitian yang digunakan merupakan penelitian jenis deskriptif kualitatif. Jenis penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan dengan secara peneliti merupakan komponen penting, dan hasil penelitian kualitatif lebih tertuju kepada makna dari pada generalisasi (Sugiyono 2014).

Metode deskriptif menurut (Sukmadinata & Syaodih, 2010) merupakan metode penelitian yang bermaksud menggambarkan suatu fenomena atau keadaan dengan cara apa adanya. Metode deskriptif merupakan sebuah metode yang meneliti status sekelompok orang, sebuah objek, kondisi, konsep pemikiran maupun peristiwa pada masa sekarang. Jenis penelitian ini berupaya mendeskripsikan suatu fenomena sosial.

Dengan melakukan analisis serta memperoleh data berupa informasi yang dikumpulkan dengan cara melakukan wawancara, serta dokumentasi, berikutnya peneliti akan menghasilkan penelitian dalam bentuk deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Makassar dengan jangkauan beberapa lokasi yang ada pada Kota Makassar mengingat keberadaan informan yang berada dilokasi yang berbeda-beda. Penelitian ini dilakukan di Tahun 2022. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sumber primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan informan yaitu masyarakat kota makassar yang membeli dan menggunakan motor bekas Yamaha RX-King. Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data

kepada pengumpul data, yaitu data yang diperoleh dari beberapa media seperti *internet*, media sosial, buku dan sumber-sumber lainnya.

Dalam penelitian ini yang termasuk kriteria sampel meliputi sebagai berikut:

- a. Kriteria inklusi
 1. Masyarakat kota Makassar
 2. Usia 25 tahun
 3. Membeli motor bekas 2-tak Yamaha RX-King
 4. Menggunakan motor bekas 2-tak Yamaha RX-King

HASIL

Jumlah informan dalam penelitian ini yaitu berjumlah 7 informan, yang tentunya memiliki alamat, kepribadian dan latar belakang yang berbeda-beda selain kepribadian dan latar belakang yang berbeda ke 7 informan ini juga berbeda-beda usia dari usia 16 tahun sampai 27 tahun dengan rata-rata umur yaitu 25 tahun. Dari ke 7 informan salah satu informan masih berstatus sekolah menengah atas, tentunya rata-rata dari informan telah berpenghasilan sendiri atau telah bekerja.

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dalam beberapa waktu ini terhadap masyarakat kota Makassar mengenai keputusan pembelian motor bekas 2-tak Yamaha RX-King. Tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti berlokasi di kota Makassar dengan jangkauan beberapa tempat yang berada di kota Makassar. Jangkauan beberapa tempat di kota Makassar ini dilakukan karena keberadaan informan yang tidak berada dalam satu lokasi yang sama sehingga membuat penelitian dilakukan sesuai pada lokasi keberadaan informan yang tentunya masih pada wilayah kota Makassar.

Penelitian ini menggunakan metode atau cara wawancara informan yang merupakan masyarakat di kota Makassar yang yang tentunya membeli dan menggunakan motor bekas 2-tak Yamaha RX-King. Dikarenakan lokasi informan yang tidak selengkap maka lokasi terjadinya wawancara dilakukan di berbagai wilayah, seperti pada rumah informan, lingkup kampus, serta lokasi wisata yang berada pada kota Makassar. Mengenai hasil penelitian yang sudah didapatkan peneliti dari hasil

5. Bersedia menjadi informan penelitian
- b. Kriteria eksklusif
 1. Bukan masyarakat kota Makassar
 2. Usia di atas 25 tahun
 2. Tidak membeli motor bekas 2-tak Yamaha RX-King
 3. Tidak menggunakan motor bekas 2-tak Yamaha RX-King
 4. Tidak bersedia menjadi informan penelitian

wawancara yaitu sebagai berikut: pertanyaan awalan yang ditanyakan peneliti ke informan yaitu apa alasan anda memilih membeli sepeda motor bekas 2-tak Yamaha RX-King?

Dari hasil wawancara sebanyak 7 informan semuanya menjawab bahwa hobi yang mempengaruhi keputusan pembelian Hal ini menunjukkan bahwa hobi atau suatu gaya hidup bisa memberi pengaruh terhadap konsumen dalam melakukan keputusan pembelian berdasarkan atas persepsi konsumen. Seseorang yang berasal dari cabang kebudayaan, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang mengekspresikan psikografinya. Gaya hidup melibatkan 3 dimensi, yaitu: aktifitas (kerja, hobi, belanja, olahraga, kegiatan sosial), kesenangan (makanan, fashion, keluarga, rekreasi), dan opini (mengenai diri mereka sendiri, perkembangan sosial, bisnis dan produk). Gaya hidup meliputi sesuatu yang lebih dari kelas sosial atau kepribadian. Kotler & Armstrong (2006) menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh usia konsumen, tahapan dalam hidupnya, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, serta *self-concept*. Adapun hasil dari wawancara informan bisa diketahui bahwa ketika ingin mengambil sebuah keputusan pembelian bisa dipengaruhi oleh faktor pribadi yaitu hobi atau gaya hidup.

Agar memperoleh informasi lebih dalam mengenai keputusan pembelian motor bekas 2-tak Yamaha RX-King di kota Makassar sehingga peneliti menanyakan pertanyaan kedua yaitu, seperti apa persepsi anda mengenai motor bekas 2-tak Yamaha

RX-King yang anda beli dan gunakan? Adapun hasil dari wawancara 7 informan yang telah diwawancarai semuanya menjawab bagus. Berikutnya peneliti melanjutkan pertanyaan ketiga yaitu, apakah sebelumnya anda pernah memiliki pengalaman dengan motor yamaha rx-king ? Dari hasil wawancara dengan 7 informan 6 orang informan yang mengatakan memiliki pengalaman sebelumnya. Seperti yang dikatakatan beberapa informan. Hal ini menunjukkan bahwa keluarga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, keluarga merupakan orang terdekat yang secara langsung atau tidak langsung menciptakan kedekatan dan kepercayaan terhadap konsumen, seperti jawaban informan di atas perilaku konsumen dipengaruhi oleh keadaan dan situasi lapisan masyarakat dimana dia dilahirkan dan berkembang maka ini sejalan dengan faktor sosial, keluarga menurut Kotler & Armstrong (2006).

Adapun hasil wawancara kepada informan dapat diketahui bahwa faktor sosial dapat mempengaruhi suatu keputusan pembelian yang akan dilakukan. Pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu, ketika anda memutuskan untuk membeli motor bekas Yamaha RX-King tersebut, apakah ada dorongan dari keluarga, teman atau kelompok tertentu? Adapun hasil wawancara kepada 7 informan semua informan menjawab bahwa tidak ada dorongan dari siapapun atau murni keinginan diri sendiri. Seperti yang dikatakan salah satu informan ini. Pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti adalah setelah anda melakukan pembelian motor Yamaha RX-King tersebut, apakah ada kepuasan atau rasa penyesalan yang anda rasakan ? Dari hasil wawancara 7 informan semuanya memiliki rasa puas setelah membelinya. Dalam melakukan sebuah keputusan pembelian konsumen tentunya dapat dipengaruhi oleh berbagai atau beberapa faktor diantaranya adalah faktor pribadi atau gaya hidup adapun faktor sosial atau keluarga atau pengalaman pernah menggunakan sebelumnya.

PEMBAHASAN

Perkembangan bisnis transportasi dalam era globalisasi pada saat ini semakin

pesat ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin ketat. Pada dasarnya semakin tinggi tingkat persaingan di pasar maka akan semakin banyak pula pilihan produk yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga pelanggan atau konsumen akan menjadi lebih cermat dan pintar dalam menentukan pilihannya. Saat ini banyak sekali merek kendaraan roda dua yang beredar di pasaran, sehingga setiap perusahaan kendaraan roda dua kerap melakukan sebuah inovasi agar dapat bersaing di pasar, serta dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian pada produknya.

Dalam melakukan keputusan pembelian sebuah produk kendaraan roda dua, konsumen akan melalui beberapa tahap sebelum sampai pada tahap keputusan pembelian. Dimulai dari tahap pengenalan masalah, apakah yang sedang dibutuhkan kemudian mencari informasi mengenai kebutuhan yang akan dipenuhi itu, memilih beberapa pilihan dari hasil pencarian informasi, lalu melakukan keputusan pembelian. Pada saat konsumen akan melakukan keputusan pembelian pada suatu produk tentu akan ada peranan orang lain dalam keputusan pembelian tersebut. Orang yang terlibat dalam keputusan pembelian itu adalah orang-orang yang memberi pengaruh atau dorongan dalam melakukan keputusan pembelian produk kendaraan roda dua tersebut.

Motor Yamaha RX-King merupakan motor yang disukai oleh semua kalangan usia di Indonesia namun pada penelitian ini peneliti memilih informan dengan usia yang semuanya masih muda dikarekan kebanyakan dari anggota komunitas-komunitas motor Yamaha RX-King di Makassar didominasi oleh kalangan anak muda. Harga juga adalah faktor yang berpengaruh dalam melakukan keputusan pembelian setiap produk akan tetapi pada penelitian ini dari 7 informan ada 6 informan yang mengatakan bahwa harga menjadi urutan kedua ketika mereka melakukan keputusan pembelian motor bekas 2-tak Yamaha RX-King, ini dikarekan mereka yang telah mengenal produk secara menyeluruh dan memiliki persepsi yang berbeda-beda namun pada intinya ketika

konsumen sudah terikat dengan suatu produk/merk maka harga menjadi nomor dua. Di saat konsumen memperoleh kesulitan dalam pemilihan berbagai pilihan produk, konsumen mengaku dapat menyelesaikan permasalahan tersebut dengan cara meminta saran dari keluarga dan teman. *Influencer* (pengaruh) adalah orang yang berperan sebagai pemberi pengaruh karena pandangan, nasihat atau pendapat dari orang tersebut sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, dalam keputusan pembelian motor bekas 2-tak Yamaha RX-King ada beberapa orang yang memberi pengaruh tentang jenis kendaraan roda dua yang akan di beli.

Orang yang memiliki pengaruh dalam melakukan keputusan pembelian adalah orang terdekat dari konsumen itu sendiri, karena sering terjadi interaksi di antara mereka. Tetapi peranan keluarga menjadi utama dalam melakukan keputusan pembelian serta ada juga dorongan dari teman. Pendapat dari keluarga dan teman adalah sebuah saran dan masukan bagi seorang konsumen, penting untuk mereka dengarkan karena sebelum melakukan pembelian motor bekas 2-tak Yamaha RX-King. Interaksi bersama keluarga dan teman adalah sebuah alasan seorang konsumen dapat terpengaruh dalam melakukan keputusan pembelian. Sejalan dengan teori yang menyebutkan bahwa pengambilan keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor sosial. Sangadji dan Sopiah (2013) megatakan bahwa perilaku konsumen dalam hal ini keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti keluarga, kelompok kecil serta peranan dan status sosial konsumen. Masyarakat kota makassar yang menggunakan motor bekas 2-tak Yamaha RX-King mengaku bahwa peranan keluarga dan teman dalam memberi saran serta masukan terhadap keputusan pembelian sangatlah berpengaruh.

Selain faktor sosial ada juga faktor pribadi atau gaya hidup, gaya hidup konsumen sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian, gaya hidup bisa disebabkan oleh aktifitas rutin konsumen, aktifitas ini bisa dikatakan hobi bagi para pengguna motor bekas 2-tak

Yamaha RX-King. Kotler & Armstrong (2006) menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh usia konsumen, tahapan dalam hidupnya, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, serta *self-concept*. Dapat kita lihat dari hasil penelitian ini bahwa faktor pribadi maupun faktor sosial akan menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Masyarakat kota Makassar melakukan pembelian serta memutuskan untuk membeli berdasarkan daari informasi yang mereka dapatkan sendiri secara pribadi dan informasi yang dikumpulkan dari keluarga serta kerabat. Konsumen adalah orang yang membeli dan menggunakan suatu produk yang dibutuhkan atau diinginkan. Akan ada sikap oleh seorang konsumen setelah melakukan pembelian yaitu evaluasi. Sehingga akan lahir rasa puas dan tidak puas setelah konsumen menggunakan produk yang telah dibeli. Kepuasan akan menimbulkan rasa senang terhadap konsumen sementara ketidakpuasan akan menimbulkan rasa kecewa terhadap konsumen sehingga konsumen tidak akan memilih, menggunakan atau membeli lagi produk tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari informasi yang diperoleh oleh peneliti dalam penelitian ini dan dituangkan pada hasil dan pembahasan pada bagian sebelumnya yang berkaitan dengan bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian motor bekas 2-tak Yamaha RX-King di kota Makassar, adapun kesimpulan yang dapat dikemukakan dari hasil penelitian ini yaitu Hobi atau suatu gaya hidup bisa memberikan pengaruh kepada konsumen dalam hal melakukan keputusan pembelian sesuai dengan pendapat konsumen tersebut. Hal ini jelas menggambarkan bahwa faktor pribadi atau gaya hidup sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian motor bekas 2-tak Yamaha RX- King di kota Makassar. Keberadaan keluarga serta teman sebagaimana adalah orang terdekat bagi para konsumen juga dapat mempengaruhi keputusan dalam melakukan pembelian. Hal ini juga menggambarkan bahwa faktor sosial

konsumen sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian motor

bekas 2-tak Yamaha RX-King di kota Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan 2009. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Hasan & Ali, 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid Pertama. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa Benyamin Molan, Edisi Kedua belas jilid 1 Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2012, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta.
- Moleong, Lexy J, 2014, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Nugroho, Setiadi, 2008. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Ketiga. Kencana. Jakarta.
- Notoatmodjo, Soekijo 2010, *Metodologi penelitian kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Peter, J.P., dan Olson, J.C. 2009. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1 dan 2, Jakarta: Erlangga
- Sangadji, E.M., dan Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen: pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Consumer Behaviour. 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. PT. Indeks. Jakarta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sunyoto, Danang, 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. CAPS Yogyakarta.
- Sugiyono, 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Cetakan Kesembilan. Bandung: Alfabeta
- Wijayanti, T., 2012. *Marketing Plan*. Jakarta: PT Elex Media Komputind