

Nomor Daftar: 031/S/KWU/26/X11/2022

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FREE WHEEL'S BIKE
SHOP**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar sarjana bisnis

(S.Bns)



Oleh:

Fachry Mu'taz Syaddad

NIM. 1805091

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA**

2022

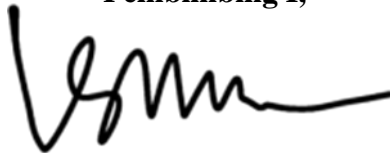
LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK FREE WHEEL'S BIKE SHOP**

Tasikmalaya, 25 Januari, 2023

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I,



Ismail Yusuf, S.T., M.B.A., CIPE.

NIP 920171219870709101

Pembimbing II,



Tika Annisa Lestari Koeswandi, S.S., M.M., CIPE.

NIP 920171219910820201

Mengetahui:

Ketua Program Studi S1 Kewirausahaan



Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd., CIPE.

NIP 920171219910820201

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fachry Mu'taz Syaddad

NIM : 1805091

Program Studi : S1 Kewirausahaan

Judul Tugas Akhir : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FREE WHEEL'S
BIKE SHOP**

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mendorong Keputusan Pembelian Produk Free Wheel's Bike Shop” beserta seluruh isinya benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak menjiplak atau pun plagiat karya tulis orang lain atau mengutip dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku. Atas pernyataan ini saya menanggung resiko jika dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika keilmuan atau klaim dari pihak lain atas keaslian karya tulis ini.

Tasikmalaya, 25 Januari, 2023

Penulis

Fachry Mu'taz Syaddad

1805091

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Free Wheel’s Bike Shop”. Dalam proposal skripsi ini membahas mengenai Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Free Wheel’s Bike Shop. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan proposal ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti sidang skripsi, Jurusan Kewirausahaan di Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya. proposal ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa didalamnya masih terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu penulis memerlukan kritik dan saran yang bersifat membantu untuk karya yang lebih baik kedepannya. Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Tasikmalaya, 25 Januari, 2023

Penulis

Fachry Mu’taz Syaddad

1805091

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji kehadiran milik Allah SWT, dengan rasa syukur yang tak terhingga atas

terselesaikannya skripsi ini :

1. Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Prof Dr. M. Solehuddin, M.Pd.,M.A
2. Direktur Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya Prof.Dr. Nandang Rusmana, M.pd.
3. Ketua Program Studi Kewirausahaan Universitas Pendidikan Indonesia Ibu Azizah Fauziah, S.pd., Mpd
4. Pembimbing I, Ismail Yusuf, S.T., M.B.A., CIPE yang mengarahkan saya dari awal hingga akhir sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir.
5. Pembimbing II, Ibu Tika Annisa Lestari Koeswandi, S.S., M.M., CIPE.yang selalu memberikan arahan yang terbaik dalam menyelesaikan tugas akhir saya.
6. Bapak dan Ibu dosen, serta seluruh staff di lingkungan Universitas Pendidikan Indonesia.
7. Orang tua yang saya banggakan dan cintai Bapak Marjaya dan Ibu Masitoh dan seluruh keluarga besar yang mendoakan saya sehingga diberi kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Khoerunisa Amalia telah membantu dalam penyusunan tugas akhir sehingga dapat selesai dengan tepat waktu.
9. Teman-teman seperjuangan saya yang telah membantu dan memberikan dukungan pada proses penelitian.
10. Seluruh konsumen Free Wheel's Bike Shop yang telah menjadi responden pada penelitian ini.

Semua pihak yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu terima kasih banyak.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FREE WHEEL'S BIKE SHOP

Fachry Mu'taz Syaddad¹, Ismail Yusuf², Tika Annisa Lestari Koeswandi³

Program Studi Kewirausahaan

Universitas Pendidikan Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong keputusan pembelian produk di perusahaan Free Wheel's Bike Shop. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis eksploratori dengan Free Wheel's Bike Shop sebagai objek penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 63 orang. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat 13 indikator yang berkelompok dan membentuk 4 faktor, faktor tersebut antara diberi nama sebagai berikut: kepercayaan merek, keragaman produk, jumlah pembelian dan metode pembayaran, faktor tersebut yang kemudian menjadi faktor-faktor yang mendorong keputusan pembelian produk di perusahaan Free Wheel's Bike Shop, faktor yang paling kuat dalam mendorong keputusan pembelian adalah faktor keragaman produk, sedangkan faktor yang paling lemah dalam mendorong keputusan pembelian produk adalah faktor jumlah pembelian.

Kata Kunci: Analisis Faktor, Free Wheel's Bike Shop, Keputusan Pembelian.

**ANALYSIS OF THE FACTORS THAT DRIVE THE PURCHASE DECISION
OF FREE WHEEL BIKE SHOP PRODUCTS**

Fachry Mu'taz Syaddad¹, Ismail Yusuf², Tika Annisa Lestari Koeswandi³

Entrepreneurship Program of study

Indonesian University of Education

ABSTRACT

This study aims to determine what are the factors that drive product purchasing decisions at the Free Wheel's Bike Shop company. This study uses quantitative methods using exploratory analysis techniques with Free Wheel's Bike Shop as the object of research, the data collection method used in this study is a questionnaire with 63 respondents. The results of this study are 13 indicators that group together and form 4 factors, the factors are named as follows: brand trust, product diversity, number of purchases and payment methods, these factors are then the factors that drive product purchasing decisions at the Free Wheel's Bike Shop company, the strongest factor in driving purchasing decisions is the product diversity factor, while the weakest factor in driving product purchasing decisions is the number of purchases factor.

Keywords: *Factor Analysis, Free Wheel's Bike Shop, Purchase Decision.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan penelitian	3
1.4 Manfaat penelitian	4
BAB II KAJIAN TEORI	5
2.1 Kajian Pustaka	5
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	5
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian	8
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	9
2.1.4 Proses pengambilan keputusan Pembelian	10
2.2 Free Wheel's Bike Shop	12
2.3 Penelitian Terdahulu.....	13
2.4 Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Desain Penelitian	20
3.2 Responden	20
3.3 Operasionalisasi Variabel	21
3.4 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	22
3.5 Sumber Data	23
3.5.1. Data Primer	23
3.5.2. Data Sekunder	23

3.6 Alat pengumpulan data	23
3.7 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	24
3.7.1. Populasi.....	24
3.7.2. Teknik Pengambilan Sampel	25
3.7.3. Sampel.....	25
3.8 Uji Instrumen Penelitian	25
3.8.1 Uji validitas	25
3.8.2 Uji Reliabilitas	26
3.9 Analisis Faktor.....	27
3.9.1 Uji Asumsi	27
3.9.2 Metode Estimasi.....	29
3.9.3 Penentuan banyak faktor	30
3.9.4 Rotasi Faktor	30
3.9.5 Interpretasi Faktor	31
3.10 Alur Penelitian	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
4.1.1 Uji Validitas	35
4.1.2 Uji Reliabilitas	36
4.2 Analisis Faktor.....	37
4.2.1 Uji Asumsi	37
4.2.2 Nilai Komunalitas	39
4.2.3 Faktor yang Terbentuk	40
4.2.4 Rotasi Faktor	43
4.2.5 Interpretasi faktor	45
4.3 Pembahasan	46
4.3.1 Temuan Faktor	46
4.3.2 Pembaruan.....	48
4.3.3 Teori Pendukung.....	48
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Implikasi	49
5.3 Saran	50

DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	54
RIWAYAT HIDUP	67

DAFTAR PUSTAKA

- Almuraqab, N. A. S., & Mansoor, W. (2021). Determining Factors That Influence Smartphones Purchasing Intention In The United Arab Emirates (UAE): Empirical Research. *International Journal of Entrepreneurship*, 25, 1-11.
- Anwar Sanusi. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua*. Bandung:Salemba Empat.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chi, H, K., Yeh, H.R., & Chiou C, Y. (2009). The Effects Of Brand Affect Female Cosmetic Users Brand Loyalty In Taiwan. *The Journal Of American Academy Of Business*, vol.14, No.2, Hal. 230-236.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. and Black, W.C. (2013). *Multivariate Data Analysis, seventh Edition*, Prentice Hall International: UK.
- Irwansyah R, Listya K, dkk. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung:Widina Bhakti Persada.
- Johnson R. A. dan Wichern D. W. (2007). *Applied Multivariate Statistical Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kidane, T. T., & Sharma, R. R. K. (2016). Factors Affecting Consumers' purchasing Decision through ECommerce. *In Proceedings of the 2016 International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Kuala Lumpur, Malaysia* (Vol. 8, No. 10, pp. 159-165).
- Knez, M., Jereb, B., & Obrecht, M. (2014). Factors influencing the purchasing decisions of low emission cars: A study of Slovenia. *Transportation research Part D: Transport and environment*, 30, 53-61.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019a). *Prinsip-prinsip pemasaran* (S. E. Adi Maulana, S. E. Devri Barnadi, & W. H. M.M. (eds.); 12 Jilid 1). Jakarta:Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019b). *Prinsip-prinsip pemasaran* (S. E. Adi Maulana, S. E. Devri Barnadi, & W. H. M.M. (eds.); 12 Jilid 2). Jakarta:Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education..
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020a). *Manajemen Pemasaran* (S. E. Adi Maulana & S. S. Yayat Sri Hayati (eds.); 13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020b). *Manajemen Pemasaran* (S. E. Adi Maulana & S. S. Yayat Sri Hayati (eds.); 13 Jilid 2). Jakarta, Erlangga.
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). Analisis Faktor- Faktor Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah

- Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2)
- Misbahudin, I. H. (2013). *Analisis data penelitian dengan statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Morissan. (2012). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta:Kencana
- Mulyana, T., Cupiadi, H., & Azzahra, A. F. (2022). Faktor-Faktor yang Mendorong Keputusan Pembelian pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 21(2), 098-107.
- Mustafa, Z. (2013). *Mengurai variabel hingga instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung, Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (D. J. Priansa (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Rachmawati, D., Shukri, S., Azam, S., & Khatibi, A. (2019). Factors influencing customers' purchase decision of residential property in Selangor, Malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341-1348.
- Rencher, A. C. (2002). *Methods of Multivariate Analysis*. Jhon Willey& Sons Ltd. Canada.
- Safitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7, 328-337.
- Sandi F. (2021). *Sempat Booming, Tren Gowes Kini Mulai Menurun?*. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210105123547-4-213590/sempat-booming-tren-gowes-kini-mulai-menurun>.
- Schiffman, Leon. & Kanuk, Leslie. (2015). *Consumer Behaviour Eighth Edition:International Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. (Alih Bahasa Rio, Yulihar, dan Reni).
- Sharma, Subhash (1996), *Applied Multivariate Techniques*, John Wiley & Sons, Inc, New York.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta:Pustaka Baru Press.
- Nguyen, T. H., & Gizaw, A. (2014). Factors that influence consumer purchasing decision of Private Label Food Product: A case study of ICA Basic.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta:Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran : Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta:Andi.

- Tobias, S. Carlson, J.E. (2010). *Bartlett's Test of Sphericity and Chance Findings in Factor Analysis*. USA
- Trisliatanto D. A. (2020). *Metodologi Penelitian: Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah*. Yogyakarta: Andi
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta:Rajawali Pers.
- Utami Indah Wahyu (2017). *Perilaku Konsumen*, Surakarta:Pustaka Bengawan.
- Wong, J., Anggoro, M. A., Sinaga, A. P., & Irawan, D. (2021). Analysis Of Price, Promotion and Location of Purchasing Decisions at PT Samera Propertindo. *Jurnal Mantik*, 5(1), 313-317.
- Yolanda, H. (2020). *Pengaruh Trend Fashion dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Khayla Boutique Di Kota Duri)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).