

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI  
SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO PADA PT. ALFA SCORPII  
TELUK KUANTAN**

**Nia Widi Astuti dan Mariaty Ibrahim**  
**niawidi01@gmail.com**

**Program Studi Administrasi Bisnis**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Universitas Riau**

Kampus Bina Widya Jl. H.R Soebrantas Km. 12,5  
Simpang Baru Pekanbaru 28293  
Telp/Fax. 0761-63277

***ABSTRACT***

*Consumer behavior is very important for a company, to study consumer behavior will greatly assist the company in identifying the market so that market segment would more effective. Study consumer behavior will also be able to know how consumers in the purchase decision process the factors that influene. The purpose of this study was to determine the basis of consumer behavior in the purchase of motorcycles yamaha mio at PT. Alpha Scorpii, Teluk Kuantan.*

*The method used in this research is descriptive quantitative method. The sampling technique used was accidental sampling with a population of 941 people and the number of samples is 90 respondents. The data were obtained through interviews and questionnaires that measured using a Likert scale.*

*The results of this study indicate that the analysis of consumer behavior in buying a motorcycle yamaha mio at PT. Alpha Scorpii shows the criteria agreed.*

***Keywords*** : *analysis, consumer behavior, consumer behavior factors.*

## PENDAHULUAN

Kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi pada saat ini sangatlah penting. Pilihan penggunaan sarana transportasi sangat beragam jenisnya, misalnya sarana angkutan darat dengan menggunakan bus, sarana angkutan laut dengan menggunakan kapal dan sarana angkutan udara dengan menggunakan pesawat udara. Salah satu pilihan sarana angkutan darat untuk mempermudah dan mempercepat jarak tempuh adalah menggunakan sepeda motor.

Sepeda motor adalah produk yang sangat diminati dan banyak digunakan oleh masyarakat, serta merupakan kebutuhan yang sangat penting saat ini yaitu sebagai sarana transportasi baik di desa maupun di kota agar lebih memudahkan masyarakat untuk berpindah dari satu tempat ketempat lainnya. Sejak tahun 2005 hingga tahun 2014 pasar matic terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan sepeda motor adalah PT. Alfa Scorpii. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang menjual kendaraan bermotor roda dua yang berada di Kuantan Singingi. Perusahaan ini juga khusus menjual sepeda motor merek Yamaha, salah satu produk Yamaha yang dijual di PT. Alfa Scorpii adalah sepeda motor matic merek Yamaha Mio.

Saat ini masyarakat sebagai konsumen dihadapkan pada berbagai jenis pilihan, serta tingkat harga sepeda motor yang beragam. Hal ini disebabkan semakin banyaknya jenis sepeda motor yang dijual

oleh berbagai perusahaan. Permintaan masyarakat terus mengalami peningkatan, hal ini memberikan peluang bagi para produsen sepeda motor untuk melakukan inovasi dari produk yang dihasilkan.

Analisis konsumen adalah landasan manajemen pemasaran dan akan membantu manajer dalam melakukan hal-hal seperti merancang bauran pemasaran, melakukan analisis lingkungan perusahaan, mengembangkan trend penelitian pasar dan mengembangkan produk baru maupun inovasi produk lama. Dengan mempelajari perilaku konsumen akan sangat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi pasarnya sehingga segmen pasar akan lebih jelas efektif. Mempelajari perilaku konsumen akan dapat mengetahui bagaimana konsumen akan melakukan proses pembelian. Bagaimana suatu proses keputusan pembelian akan terjadi pada konsumen dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya.

Menghasilkan suatu produk yang diinginkan konsumen akan mengefisienkan kegiatan pemasaran, melalui pemahaman perilaku konsumen akan diperoleh informasi bagaimana konsumen mengembangkan alternatif dalam pembeliannya. Informasi ini akan menjadi fokus kegiatan pemasaran untuk mendesain produk, harga, promosi, distribusi sampai dengan sistem pelayanan sesuai dengan yang diperlihatkan konsumen melalui perilakunya.

Untuk itu dapat dilihat target serta realisasi penjualan sepeda motor Yamaha Mio pada PT. Alfa Scorpii pada tabel I.4 :

**Tabel I.4**

**Perkembangan Jumlah  
Konsumen Sepeda  
Motor Yamaha Mio  
pada PT. Alfa Scorpii  
Tahun 2010-2013**

<b>Tahun</b>	<b>Target (Unit)</b>	<b>Realisasi (Unit)</b>	<b>Jumlah (%)</b>
2010	200	275	138%
2011	750	823	110%
2012	800	697	87%
2013	800	715	89%

**Sumber : PT. Alfa Scorpii  
(2014)**

Dari Tabel I.4 dapat dilihat pada tahun 2010 dan 2011 terjadi peningkatan pembelian sepeda motor Yamaha Mio dari jumlah target yang telah ditentukan yaitu hingga mencapai 138% dan 110%. Sementara untuk tahun 2012 dan 2013 terjadi penurunan pembelian sepeda motor Yamaha Mio yang hanya mencapai 87% dan 89% dari target yang telah ditentukan, hal ini disebabkan karena kurangnya tenaga marketing pada PT. Alfa Scorpii sehingga promosi yang dilakukan pun kurang intensif dan juga banyaknya tawaran produk sejenis yang ditawarkan oleh dealer lain. Tabel penjualan tersebut menjelaskan berapa banyak konsumen tertarik untuk melakukan pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada PT. Alfa Scorpii.

Dengan adanya perkembangan jumlah konsumen tersebut maka perusahaan dapat mengetahui seberapa banyak peminat konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio pada PT. Alfa Scorpii. Perkembangan

jumlah konsumen juga dapat membantu perusahaan untuk memahami konsumen, mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen serta apa yang menjadi faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Sehingga perusahaan dapat memproduksi barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan memungkinkan perusahaan dapat mempengaruhi keputusan membeli konsumen, sehingga konsumen membeli apa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Dari kondisi dan fenomena yang ada penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan yang berjudul **“Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Yamaha Mio Pada PT. Alfa Scorpii, Teluk Kuantan”**.

#### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penulis dapat merumuskan suatu permasalahan yang dihadapi PT. Alfa Scorpii, Taluk Kuantan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut : “Apa yang menjadi dasar perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada PT. Alfa Scorpii, Teluk Kuantan ?”.

#### **TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dasar perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada PT. Alfa Scorpii, Teluk Kuantan.

## KONSEP TEORI

### Pengertian Pemasaran

**Kotler dan Keller (2008:5)** mengatakan bahwa pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang dinilai dengan orang lain.

### Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran adalah ketika suatu organisasi memusatkan seluruh upayanya untuk memuaskan pelanggan secara menguntungkan. Konsep pemasaran adalah suatu ide yang sederhana namun sangat penting. Para manajer masih memiliki orientasi produksi atau membuat produk apapun yang mudah diproduksi kemudian berusaha menjualnya. Mereka menganggap pelanggan ada untuk membeli output perusahaan tersebut dan bukannya perusahaan ada untuk melayani pelanggan agar terpenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan **Cannon, Perreault dan McCarthy (2008:20)**.

### Pengertian Perilaku Konsumen

**David Dan Albert (dalam Marius 2002:119)** perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik individual dalam upaya memperoleh dan menggunakan barang dan jasa (evaluasi, memperoleh, menggunakan atau menentukan barang dan jasa).

Perilaku konsumen meliputi semua tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk. Dalam kegiatan mencari, tentu bukan terbatas dalam mencari barang atau jasa yang dibutuhkan, melainkan juga mencari informasi yang terkait dengan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan. Sangat jelas bahwa didalamnya termasuk hal-hal yang terkait dengan kualitas, harga, ukuran, cara mendapatkannya, cara menggunakannya dan sebagainya **Mulyadi (2012:32)**.

## METODE PENELITIAN

### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada PT. Alfa Scorpii bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor merek Yamaha, yang berlokasi di Jl. Proklamasi, Sungai Jering, Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau.

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen atau masyarakat yang diambil pada tahun 2013 dengan jumlah konsumen 941 orang.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan metode *Accidental sampling* berdasarkan

kebetulan artinya siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan penelitian dapat digunakan sebagai sampel.

### **Jenis dan Sumber Data**

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung pada objek atau subjek penelitian. Data ini diperoleh dari responden yang berupa data identitas responden, data mengenai alasan responden dalam memilih sepeda motor Yamaha Mio, dan tanggapan responden tentang perilaku konsumen dalam memilih sepeda motor Yamaha Mio.

Data sekunder yaitu data yang sudah dipublikasikan atau yang sudah diarsipkan. Data ini merupakan data tentang perusahaan yang menjual sepeda motor jenis matic di Kuantan Singingi, dalam hal ini data diperoleh dari BPTPM (Badan Pelayanan Terpadu dan Penanaman Modal) yang berada di Daerah Kuantan Singingi dan data langsung yang diperoleh dari PT. Alfa Scorpii seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, daftar harga, visi dan misi perusahaan, serta data dari sumber-sumber informasi lain yang relevan yang dapat mendukung dalam pembahasan penelitian ini.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya dengan si penjawab. Wawancara dilakukan untuk menggali lebih jauh informasi dari reponden penelitian dalam membeli produk sepeda motor Yamaha Mio, sehingga diketahui alasan dan perilaku responden dalam membeli sepeda

motor Yamaha Mio. Sebagai objek wawancara dalam penelitian ini adalah para konsumen dan para pengelola PT. Alfa Scorpii, Teluk Kuantan.

Kuisisioner yaitu membuat daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada responden untuk menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan perilaku konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Mio.

### **Analisis Data**

Dalam penelitian ini data dianalisa secara deskriptif kuantitatif, dengan analisis tersebut responden diminta memilih indikator-indikator yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Mio pada PT. Alfa Scorpii dengan memberikan 5 pilihan alternatif jawaban yang menggunakan skala likert. Setelah data dan segala bahan-bahan yang dibutuhkan terkumpul, penulis memisahkan dan mengelompokkan menurut jenisnya, selanjutnya dianalisa dan dimasukkan kedalam tabel untuk selanjutnya diinterpretasikan dengan sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

#### **1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Responden yang diteliti dibedakan berdasarkan jenis kelamin. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana keterlibatan konsumen baik laki-laki maupun perempuan dalam melakukan pembelian sepeda motor Yamaha Mio.

**Tabel III.1**  
**Identitas Responden Berdasarkan Jenis**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-laki	53	59%
Perempuan	37	41%
<b>Jumlah</b>	90	100%

**Kelamin**

**Sumber : Data Olahan Penulis (2014)**

Dari Tabel III.1 dapat diketahui bahwa konsumen sepeda motor Yamaha Mio berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 53 orang atau 59% dan perempuan hanya sebanyak 37 orang atau 41%. Dari data tersebut maka dapat diketahui bahwa pembelian sepeda motor Yamaha Mio didominasi oleh laki-laki dibandingkan perempuan.

**2. Identitas Responden Berdasarkan Usia**

Usia akan mempengaruhi cara berfikir, kemampuan fisik dan tingkat kedewasaan seseorang. Karakteristik ini dimaksudkan agar dapat diketahui usia dari responden yang menjadi konsumen Yamaha Mio pada PT. Alfa Scorpii, Teluk Kuantan. Konsumen sepeda motor Yamaha Mio terdiri dari berbagai tingkat usia, hasil penelitian mengukur tingkat usia konsumen sebagai berikut :

**Tabel III.2**  
**Identitas Responden Berdasarkan usia**

<b>Usia (tahun)</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
20-25	32	35%
26-31	33	37%
32-37	15	17%
38-43	8	9%
44-49	2	2%
<b>Jumlah</b>	90	100%

**Sumber : Data Olahan Penulis (2014)**

Dari Tabel III.2 diatas terlihat bahwa jumlah konsumen terbanyak adalah pada tingkat usia 26-31 tahun yaitu sebanyak 33 orang atau 37%. Sedangkan jumlah konsumen terkecil adalah usia 44-49 tahun yaitu hanya sebanyak 2 orang atau 2%. Hal ini menunjukkan kemampuan fisik produktif konsumen dalam bekerja pada usia 26-31 tahun dan diusia tersebut konsumen juga menunjukkan bagaimana perilakunya dalam melakukan keputusan pembelian sepeda motor yamaha mio.

**3. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Kemampuan konsumen dalam memilih sepeda motor Yamaha Mio juga dipengaruhi oleh kemampuan daya beli konsumen. Daya beli juga dipengaruhi oleh kondisi keuangan yang dimiliki konsumen. Status bekerja atau tidaknya konsumen adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kondisi keuangan konsumen tersebut. Karakteristik ini dimaksudkan untuk mengetahui pekerjaan dari responden yang menjadi konsumen sepeda motor Yamaha Mio pada PT. Alfa Scorpii, Teluk Kuantan.

**Tabel III.3**

**Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
PNS	23	26%
Karyawan	21	23%
Wiraswasta	27	30%
Petani	19	21%
<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data Olahan Penulis (2014)**

Berdasarkan Tabel III.3 dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjadi konsumen adalah yang berprofesi sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 27 orang atau 30%, kemudian PNS juga menjadi salah satu profesi yang banyak menjadi konsumen sepeda motor yamaha mio yaitu sebanyak 23 orang atau 26%. Hal ini disebabkan karena jenis pekerjaan menentukan kondisi keuangan konsumen sehingga pekerjaan dapat menunjukkan mampu atau tidaknya konsumen melakukan pembelian produk khususnya sepeda motor yamaha mio.

**4. Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan**

Tingkat pendapatan konsumen sangat mempengaruhi proses pembelian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio. Pendapatan yang tinggi menunjukkan tingkat kemakmuran hidup konsumen, sehingga pendapatan dapat mempengaruhi daya beli konsumen. Karakteristik ini dimaksudkan agar dapat diketahui tingkat pendapatan responden yang menjadi

konsumen sepeda motor Yamaha Mio pada PT. Alfa Scorpii, Teluk Kuantan.

**Tabel III.4**

**Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan**

Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Rp ≤ 2.000.000	11	12%
Rp > 2.000.000	79	88%
<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data Olahan Penulis (2014)**

Dari tabel III.4 tersebut dapat diketahui bahwa sebanyak 79 orang atau 88% merupakan konsumen dengan penghasilan Rp > 2.000.000 dan hanya 11 orang atau 12% yang mempunyai penghasilan Rp ≤ 2.000.000. Dapat dilihat bahwa konsumen dengan penghasilan Rp > 2.000.0000 yang paling banyak melakukan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Hal ini disebabkan karena konsumen yang berpenghasilan tinggi dapat memenuhi kebutuhannya baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder. Sehingga konsumen dapat melakukan pembelian sepeda motor karena pendapatan konsumen sudah lebih dari cukup untuk kebutuhan utamanya.

Skor tertinggi dari jawaban responden pada dimensi pribadi yang mendapatkan skor yaitu hingga mencapai 1.120. hal ini disebabkan karena konsumen lebih memilih membeli sepeda motor Yamaha Mio karena faktor-faktor yang paling dominan seperti tahap siklus hidup, gaya hidup dan kepribadian dan konsep diri yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Sehingga dapat memberikan manfaat bagi konsumen dalam menggunakannya dan memberikan kepuasan dalam pemakaian sepeda motor Yamaha Mio.

Jumlah skor responden terhadap 12 butir pertanyaan pada perilaku konsumen adalah 4.240. Dalam pengklasifikasian jumlah interval skor pada perilaku konsumen yaitu terletak antara 3.675 – 4.539 dan termasuk kedalam kategori **setuju**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis mempunyai peran yang sangat penting terhadap konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor Yamaha Mio.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan mengenai analisis perilaku konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Mio pada PT. Alfa Scorpii, Teluk Kuantan dapat dibuat kesimpulan bahwa perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor Yamaha Mio dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Dapat dikatakan bahwa faktor budaya dengan indikator kebudayaan, subkebudayaan dan kelas sosial dapat

mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Hal ini dapat dilihat dari skor semua indikator yang menyatakan setuju. Semakin modern lingkungan tempat tinggal dapat menjadikan konsumen lebih jeli dalam memilih produk-produk sepeda motor sehingga sesuai dengan keinginannya dalam mengkonsumsi produk sepeda motor Yamaha Mio yang sesuai dengan trend masa kini. Kelas atau strata sosial konsumen juga menjadi faktor penentu konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Mio. Hal ini dapat dilihat dari pendapatan konsumen yang tinggi, dari pendapatan tersebut dapat mencerminkan kesejahteraan dan kemakmuran hidup konsumen.

Faktor sosial juga mempengaruhi konsumen dalam mempertimbangkan keputusannya untuk membeli sepeda motor. Hal ini dapat dilihat dari skor semua indikator yang menyatakan setuju. Relasi, keluarga dan peran dan status konsumen dalam suatu organisasi atau masyarakat dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor. Keluarga memberikan peran terbesar terhadap konsumen dalam menentukan pilihan produk sepeda motor yang akan dikonsumsinya.

Faktor terbesar yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor Yamaha Mio adalah faktor pribadi dengan indikator tahap siklus hidup, gaya hidup dan kepribadian dan konsep diri. Skor untuk ketiga indikator tersebut menyatakan setuju. Konsumen akan memilih sepeda motor yang dapat memberikan manfaat, yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya sehingga

konsumen akan merasa puas dan dapat meningkatkan kepercayaan diri konsumen dalam menggunakannya.

Dapat dikatakan bahwa faktor psikologis dengan indikator motivasi, persepsi dan pengetahuan juga sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Hal ini dapat dilihat skor dari semua indikator yang menyatakan setuju. Pengetahuan konsumen terhadap merek, kualitas dan ketangguhan-ketangguhan yang ditawarkan oleh produsen dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Sehingga dapat memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian sepeda motor Yamaha Mio.

#### **Saran**

PT. Alfa Scorpii diharapkan untuk lebih meningkatkan kreatifitas dan inovasi-inovasi baru terhadap produk sepeda motor Yamaha Mio sehingga sesuai dengan gaya hidup modern dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Untuk lebih menarik minat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Mio sebaiknya PT. Alfa Scorpii melakukan upaya-upaya untuk lebih meningkatkan promosi produknya agar konsumen dapat melihat secara langsung kelebihan dan ketangguhan sepeda motor Yamaha Mio sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian sepeda motor Yamaha Mio.

Bagi mahasiswa yang membaca hasil penelitian ini diharapkan mampu melakukan penelitian lain dengan objek yang berbeda untuk menganalisis perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sehingga mampu menyempurnakan hasil penelitian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agusmira, Yulia. 2007. Skripsi *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Rumah Type 36/100 Pada PT. Cikara Bangunindo Pekanbaru*. Universitas Riau.
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Cannon, Dkk. 2008. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Salemba Empat : Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga : Jakarta
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga : Jakarta.
- Mariana, Lina. 2008. Skripsi *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada PT. Bintang Timur Riau Abadi Pekanbaru (Kasus Pada Perumahan Villa Metropolitan Pekanbaru)*. Universitas Riau.
- Nitisusastro, mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen (Dalam Perspektif Kewirausahaan)*. Alfabeta : Bandung.
- Ridwan dan Akdon. 2005. *Rumus dan Data Dalam Analisa Statiska*. Alfabeta : Jakarta.

Sarmi, Syashi Youlanda. 2006. Skripsi *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Furniture Merek Ligna Pada PT. Dwi Arta Cipta Pekanbaru*. Universitas riau.

Ristiyanti dan John. 2005. *Perilaku Konsumen*. Andi : Yogyakarta.

Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer Pada Motif. Tujuan dan Keinginan Konsumen)*. Kencana Prenada Media Grup : Jakarta.

Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Garmedia Pustaka Utama : Jakarta.

Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta : Bandung.

Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*. Ghalia Indonesia : Bogor.

Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen)*. CAPS (Center Of Academic Publishing Service) : Yogyakarta.