

SKRIPSI

ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN GAYA HIDUP (Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Motor Kawasaki Klx Supermoto Independent Di Kota Makassar)



**HIDAYAT ASHARI
18104211111**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN GAYA HIDUP (Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Motor Kawasaki Klx Supermoto Independent Di Kota Makassar)



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen

HIDAYAT ASHARI
18104211111

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN GAYA HIDUP (Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Motor Kawasaki KLX Supermoto Independent Di Kota Makassar)

Disusun dan diajukan oleh

HIDAYAT ASHARI
1810421111

Telah Dipertahankan Dihadapan Tim Penguji Seminar Hasil/Skripsi
Pada Tanggal 14 September 2023 Dan Dinyatakan Lulus

Makassar, 14 September 2023
Disetujui Oleh,

Pembimbing,



Novita Kumala Sari, S.E., M.M.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar


Dr. Abdul Majid Bakri, S.S., M.E.

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar


Dr. Yusmanzar, S.Sos., M.I.Kom.

SKRIPSI

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN GAYA HIDUP
(Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Motor Kawasaki
KLX Supermoto Independent Di Kota Makassar)**

disusun dan diajukan oleh

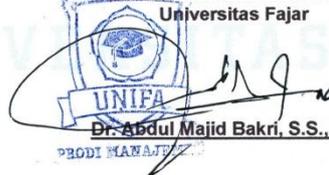
**HIDAYAT ASHARI
1810421111**

telah dipertahankan dalam sidang Ujian Skripsi
Pada Tanggal **14 September 2023** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Novita Kumala Sari, S.E., M.M.	Ketua	1.....
2.	Dr. Ir. Mujahid, S.E., M.M.	Anggota	2.....
3.	Dr. St. Rukaiyah, S.E., M.Si.	Anggota	3.....
4.	Dr. Hasniaty, S.E., M.Si.	Anggota	4.....

**Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar**


Dr. Abdul Majid Bakri, S.S., M.E.
PRODI MANAJEMEN

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

NAMA : HIDAYAT ASHARI
NIM : 1810421111
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN GAYA HIDUP (Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Motor Kawasaki KLX Supermoto Independent Di Kota Makassar)”** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 Ayat 2 dan Pasal 70).

Makassar, 14 September 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Hidayat Ashari

PRAKATA

Puji syukur kita panjatkan kehadiran ALLAH SWT atas limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya. Sehingga Membantu Peneliti Menyelesaikan Penyusunan Skripsi ini. Dengan Judul **“ANALISIS PERILAKU KONSUNTIF DAN GAYA HIDUP (STUDI FENOMENOLOGI PADA ANGGOTA KOMUNITAS MOTOR KAWASAKI KLX INDEPENDENT DI KOTA MAKASSAR).**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Fajar Makassar. Perlu perjuangan usaha dan doa yang banyak agar mampu menyelesaikan skripsi ini. Tapi, skripsi bisa dikatakan tidak akan selesai bila tidak ada bantuan dari pembimbing dalam penyelesaian skripsi ini.

Dalam pembuatan skripsi ini ada banyak pihak yang berpartisipasi dan ikut membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini, sehingga dapat terselesaikan tepat waktu. ucapan terimah kasih yang penulis tujukan kepada orang tua, bapak Sapiruddin dan Ibu Agstin yang telah merawat, mendidik dan membiayai penulis dengan setulus hati, tiada henti mendoakan, memberi nasehat serta dukungan kepada penulis. Ucapan terima kasih juga kepada seluruh pihak yang terlibat dan ikut membantu pembuatan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Mulyadi Hamid, S.E., M.Si. Sebagai Rektor Universitas Fajar Makassar.
2. Ibu Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom. Sebagai dekan Fakultas ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar Makassar.
3. Bapak Dr. Abdul Majid Bakri, S.S., M.E. Sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar Makassar.

4. Ibu Novita Kumala Sari, S.E., M.M. Sebagai pembimbing tugas akhir yang selalu sabar dalam membimbing pembuatan skripsi penulis, memberi masukan, ajaran serta motivasi yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi serta pengalaman baru dan cerita baru bagi penulis.
5. Ibu Nasyirah Nurdin, S.M., M.M. Sebagai staff program studi manajemen, yang selalu membantu penulis dalam urusan administrasi.
6. Terimah kasih kepada komunitas motor Kawasaki Supermoto independent yang telah membantu dalam proses penelitian saya
7. Seluruh pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Demikian yang penulis buat, Penulis mengetahui banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Makassar, 14 September 2023

Hidayat Ashari

ABSTRAK

ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN GAYA HIDUP (Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Motor Kawasaki KLX Supermoto Independent Di Kota Makassar)

**Hidayat Ashari
Novita Kumala Sari**

Kawasaki KLX Supermoto gratis merupakan kawasan sepeda motor yang sudah berdiri sejak lama dan beranggotakan 30 orang yang menggunakan produk Kawasaki. Organisasi ini sendiri bergerak di bidang otomotif yang memiliki keuntungan tersendiri menurut pelanggan. Pemeriksaan ini bertujuan untuk menentukan perilaku pelanggan dan cara hidup individunya. Wilayah lokal sepeda motor Kawasaaki KLX Supermoto otonom di Kota Makassar, menurut sumber dalam penjelajahan ini masing-masing berjumlah 5 orang, empat orang dan satu perintis wilayah. Teknik yang digunakan kali ini bersifat ekspresif subjektif, yaitu menguraikan informasi dari hasil persepsi, pertemuan, dan dokumentasi.

Kata kunci : Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR AND LIFESTYLE (Phenomenological Study On Members Of The Independent Kawasaki KLX Supermoto Motorbik Ecommunity In Makassar City)

**Hidayat Ashari
Novita Kumala Sari**

Kawasaki KLX Supermoto independent is a motorbike community that has been established for three years and consists of 30 members using Kawasaki products. This company itself operates in the automotive sector which has its own advantages in the eyes of consumers. This research aims to determine the consumer behavior and lifestyle of its members. the independent Kawasaaki KLX Supermoto motorbike community in Makassar City, as for the informants in this research, there were 5 people each, four members and one community leader. The method used this time is descriptive qualitative, namely analyzing data from the results in the form of observations, interviews and documentation.

Keywords : consumptive behavior and lifestyle

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Manfaat penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep.....	10
2.1.1. Perilaku Konsumtif.....	10
2.1.2. Gaya Hidup.....	15
2.2 Tinjauan Empirik	20
2.3 Kerangka Berpikir	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Rancangan Penelitian.....	24
3.2 Kehadiran Peneliti.....	24
3.3 Tempat dan Waktu	25
3.4 Informan Penelitian.....	25
3.5 Sumber Data.....	26
3.5.1 Data Primer.....	26
3.5.2 Data Sekunder	27
3.6 Teknik Penumpulan Data.....	27
3.6.1 Observasi.....	27
3.6.2. Wawancara.....	27
3.6.3 Dokumentasi	28
3.7 Analisis Data.....	28
3.7.1. Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>).....	29
3.7.2 Penyajian Data (<i>Data Display</i>)	29
3.7.3 Penarikan Kesimpulan /Verifikasi (<i>Conclusion Drawing</i>).....	29
3.8 Pengecekan Validitas Data	29
3.9 Tahap Penelitian	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Profil Perusahaan	32
4.1.1 Sejarah perusahaan Kawasaki	32
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	33
4.1.3 Struktur Organisasi.....	34
4.2 Hasil Penelitian.....	34
4.2.1 Identitas Penelitian	35
4.2.2 Data Hasil Wawancara	36
4.3 Pembahasan	46

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	59
DOKUMENTASI.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Type</i> Jenis dan harga sepeda motor KLX.....	5
Tabel 1.2 Penjualan Sepeda motor	5
Tabel 2.2 Tinjauan Empirik.....	20
Tabel 4.1 Tabel Identitas Data Informan	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	22
Gambar 4.1 Logo Kawasaki	32
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	34

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital saat ini, kehidupan semakin maju dan teknologi yang terdapat di muka bumi ini semakin berkembang di sisi lain tak hanya teknologi pola pikir dan gaya hidup juga semakin berkembang hingga di sebarluaskan dengan cepat, baik itu informasi yang bersifat positif maupun itu yang negatif. salah satu bentuk informasi yang sering di dapatkan yaitu seperti perkumpulan komunitas motor yang dilakukan oleh para remaja hingga orang dewasa. Komunitas motor sudah tersebar dan sangat mudah ditemukan diberbagai daerah ataupun di kota-kota besar, salah satunya komunitas motorkawasaki supermoto independent yang berada di kota Makassar.

Sepeda motor yaitu alat transportasi roda dua yang paling banyak dimiliki dikalangan masyarakat yang ada di indonesia, kemudahan dalam merawatnya dan harganya cukup terjangkau menjadikan sepeda motor sebagai pilihan dalam memudahkan aktivitas masyarakat dalam kesehariannya, seiring berkembangnya zaman sepeda motor saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup terutama pada kalangan remaja mereka mengalihkan fungsi motor sebagai alat penunjang hobi mereka.

Saat ini masyarakat terus menerus berkonsumsi, namun konsumsi yang digunakan bukan lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Misalnya seperti yang terjadi pada anggota komunitas motor kawasaki independent di kota makassar dimana dalam komunitas ini terdapat sebanyak 30 anggota yang mempunyai hobi menggonta-ganti variasi motor yang digunakan, hoby mengganti dengan *sparepart* asli dengan yang variasi serta memberikan hiasan-hiasan seperti

stiker atau memilih motor karena kriteria tertentu yang melebihi fungsi motor sebagai alat transportasi hanya dengan alasan sebab suda menjadi cita-cita untuk mempunyai motor tersebut, serta alasan tidak banyak menggunakan merek sepeda motor tersebut dan ada juga yang mengonsumsi atau mempunyai motor kawasaki baik sejenis maupun beda jenis lebih dari satu motor.

Wattimena (2019) Perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang, tidak lagi berdasarkan pertimbangan rasional, kecenderungan materialistik, keinginan yang kuat untuk memiliki kemewahan dan atau menggunakan istilah lain lebih mementingkan kepuasan daripada kebutuhan, sebagai akibatnya pembeliannya sebagai kurang. Perilaku konsumtif tidak melihat usia, jenis kelamin dan pekerjaan. Dari perilaku konsumtif ini dapat merubah seseorang menjadi pribadi yang bergaya hidup konsumtif.

Pulungan (2018), perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumsi beberapa barang yang sesungguhnya kurang ataupun tidak dibutuhkan (khususnya yang berkaitan dengan reaksi terhadap konsumsi beberapa barang yang sangat tidak diperlukan).

Annisa (2018), perilaku konsumtif merupakan tindakan dalam mengonsumsi suatu barang yang keperluannya hanya untuk memenuhi kepuasan dan keinginan pribadi individu daripada kebutuhannya.

Kanserina (2015), gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat di lihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan. apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal tersebut. Gaya hidup konsumtif yaitu suatu tindakan atau gerakan menggunakan produk yang tidak tuntas gaya hidup ini di tandai dengan adanya kehidupan mewah atau berlebihan.

Secara nyata kegiatan konsumtif pada anggota komunitas motor kawasaki independent di Kota Makassar dapat dilihat dan dibuktikan dari bagaimana rasionalitas konsumsi telah beroperasi pada anggota komunitas motor ini dengan gemarnya memodifikasi atau mempercantik kendaraanya, dimana hal tersebut digunakan sebagai alat penunjang hobi mereka dan juga digunakan untuk mengisi waktu luang dengan sering membeli atau mengonsumsi barang yang berlabel mewah agar penampilannya terlihat *fashionable* dengan tujuan membuat dirinya semakin percaya diri untuk bersosialisasi dengan anggota komunitas motor kawasaki lain.

Kadang kala juga mereka menghabiskan waktu dibengkel langganan dan hal ini menjadi suatu hal yang menyenangkan bagi anggota komunitas motor kawasaki sebab ketika menggunakan jasa dari bengkel tersebut sering mendapatkan diskon dari pemilik bengkel, kebiasaan ini pada akhirnya menimbulkan konsumtif yang tinggi dikarenakan menghabiskan jumlah biaya yang tidak sedikit dan tidak dapat memanfaatkan uang secara ekonomis sehingga mereka akan mengalami pemborosan karena inefisiensi biaya.

Komunitas kawasaki supermoto independent pada umumnya sering melakukan kegiatan kopi darat atau biasa disebut kopdar disetiap malam tertentu kegiatan ini biasanya diadakan untuk menjaga silaturahmi antar anggota komunitas, memperkenalkan anggota baru, dan juga sebagai ajang berdiskusi terkait topik atau minat yang sama, anggota komunitas kawasaki ini memiliki gaya hidup yang berbeda dengan yang lainnya mereka juga selalu meluangkan waktunya untuk berdiskusi mengenai rencana atau *planning* yang akan dilaksanakan kedepanya.

Komunitas supermoto kawasaki independent ini merupakan sebagai wadah untuk penggemar atau pecinta sepeda motor tersebut dan juga dapat menambah interaksi sesama komunitas motor kawasaki yang ada di kota makassar saat ini.

Tuela dan Susilo (2017), Para anggota komunitas dan club motor ini tidak hanya sekedar memamerkan sepeda motornya, tetapi juga saling berkomunikasi dengan sesama anggota komunitas atau dengan anggota komunitas lain yang ada disekitarnya, hal ini bertujuan untuk mempererat tali persaudaraan. komunitas motor kawasaki dikota Makassar ini berbasis independent dimana didalam anggota komunitas ini menggunakan produk kawasaki tepatnya merek klx dimana sepeda motor ini memang banyak diminatidikalangan anak mudah, sebab motor ini desainnya unik dan mudah untuk di modifikasi baik itu dijadikan supermoto maupun *trail adventure*.

Perkembangan usaha otomotif motor yang ada di indonesia saat ini semakin ketat dan kompetitif dapat diketahui perusahaan dapat dikatakan berhasil jika mampu menjual produk perusahaan kepada konsumen yang semakin kritis dalam menyikapi produk yang di tawarkan. PT Kawasaki Motor Indonesia telah melakukan terobosan baru dengan memproduksi sepeda motor sport 250 cc yang belum pernah di luncurkan oleh para kompetitor dan juga KLX 110R yang bisa di tampungi oleh penggunanya hingga yang berbobot 70 kg.

Dapat diketahui Perusahaan Kawasaki Motor Indonesia (KMI) adalah salah satu produsen sepeda motor yang ada di Indonesia, perusahaan ini didirikan pada tanggal 18 februari 1994, perusahaan ini hanya bergerak di bidang kendaraan beroda dua dengan merek kawasaki, khususnya merek kawasaki klx memang banyak diminati baik itu dikota maupun disetiap daerah sampai saat ini perusahaan kawasaki masih bersaing didunia pemasaran bersama merek sepeda motor lainnya seperti, Yamaha, Honda, Suzuki dan Kawasaki ini sendiri.

Sampai saat ini PT.Kawasaki masih mencoba mengeluarkan inovasi atau trobosan baru untuk bersaing di pangsa pasar bersama merek sepeda motor lainnya untuk menambah daya tarik konsumen agar menggunakan

produk Kawasaki ini tak hanya jenis trail PT.Kawasaki juga berencana meluncurkan varian bebek Kawasaki edge yang akan di pasarkan di kaangan masyarakat saat ini.

Adapun jenis-jenis merek sepeda motor kawasaki klx beserta harganya di tahun 2023 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Type dan harga sepeda motor kawasaki KLX

Produk	Harga
Kawasaki KLX 150 G	Rp. 32.000.000
Kawasaki KLX 150 BF	Rp. 35.900.000
Kawasaki KLX 150 L	Rp. 33.000.000
Kawasaki KLX 150 <i>EXTREME</i>	Rp. 38.700.000
Kawasaki KLX 230	Rp. 49.900.000
Kawasaki KLX 250	Rp. 71.100.000
Kawasaki KLX 250 L	Rp. 68.700.000

(Sumber : <https://www.zigwheels.co.id>.)

Dapat di lihat dari tabel di atas di tahun 2023 harga tertinggi *type* merek sepeda motor kawasaki KLX di urutan pertama adalah Kawasaki KLX 250 dengan mencapai harga tertinggi sebesar Rp. 71.100.000 dan yang kedua *type* kawasaki 250 L dengan Rp. 68. 700.000 dan di susul kawasaki KLX 230 dengan harga sebesar Rp. 49.900.000 Kawasaki KLX 150 *EXTREME* dengan harga RP. 38.700.000 Kawasaki KLX 150 BF dengan harga Rp. 35.900.000 Kawasaki KLX 150 L dengan harga Rp. 33.000.000 dan yang terakhir yaitu *type* kawasaki KLX 150 G dengan harga termurah yaitu Rp. 32.000.000.

Adapun harga merek sepeda motor jenis trail dari tahun 2022 sampai dengan 2023 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Merek sepeda motor jenis trail

Tahun	Pabrikan	Harga
2022-2023	KTM 450 EXC-F Six Days	Rp. 180.000.000
	Yamaha YZ 125 X	Rp. 82.000.000
	Kawasaki KLX SE 150	Rp. 39.500.000
	Yamaha WR R 155	Rp. 38.060.000
	Honda CRF 150 L	Rp. 35.730.000
	Viar Cross X 150	Rp. 180.000.000

(Sumber : <https://www.aisi.or.id>)

Dapat dilihat dari tabel diatas sepanjang tahun 2022-2023 KTM 450 EXC-F Six Days merupakan pesaiang dengan harga termahal Rp. 180.000.000 kemudian Yamaha YZ 125 X dengan harga Rp. 82.000.0000 selanjutnya Kawasaki KLX SE 150 dengan harga Rp. 39.500.000 di susul Yamaha WR R 155 dengan mencapai harga Rp. 38.060.000 dan Honda CRF 150L dengan harga Rp. 35.730.000 dan yang terakhir Rp. 17.940.000.

Persaingan di dunia bisnis sampai saat ini memang semakin ketat khususnya dipenjualan produk sepeda motor yang ada di Indonesia, dimana jika pelaku bisnis ingin selalu ada dijalur persaingan tentu para pelaku bisnis harus menerapkan strategi manajemen dengan baik, sebab jika sistem manajemen tersebut buruk maka dalam prosesnya akan berjalan buruk pula atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan sesuai dengan rencana yang telah di terapkan bersama.

Dapat dilihat dari berbagai merek sepeda motor diatas produk Honda sampai saat ini masih menguasai pangsa pasar dengan presentase 77,68%

sedangkan unit motor kawasaki habis terjual dengan presentase 0,86%, hal ini disebabkan banyaknya pengguna umum masih menggemari produk Honda sampai tahun ini dibandingkan produk kawasaki namun disatu sisi motor kawasaki ini lebih bagus digunakan untuk *off road* atau lebih dikenal dengan jalanan non aspal dan sering digunakan *touring* oleh komunitas motor mulai remaja hingga orang dewasa.

Komunitas motor kawasaki tepatnya supermoto independent ini setiap minggunya sering melaksanakan kopdar di tempat yang telah di tentukan bersama untuk mempererat tali persaudaraan dan juga berdiskusi mengenai *planning* ke depannya mengenai komunitas ini. Selain itu komunitas motor juga dapat dikenali dengan penampilan dan aksesoris seperti menggunakan jaket *touring*, rompi, dan perlengkapan *touring* lainnya. Tapi adajuga diantara anggota komunitas motor yang melakukan perilaku konsumtif karena memodifikasi motor dan menggunakan aksesoris yang terlalu mahal.

Kotler dan Keller (2012), Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia.

Peter & Paul (2014), menyatakan perilaku konsumtif merupakan interaksi dinamis antara pengaruh dan kondisi perilaku dan kejadian sekitar lingkungan dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam kehidupan mereka. Hal ini dapat dilihat dari anggota komunitas group membeli aksesoris *touring* seperti jaket kulit, rompi sepatu dan perlengkapan lainnya, maka teman-temannya yang ada di dalam komunitas motor ini juga akan menggunakan aksesoris yang sama dengan teman yang menjadi acuan mereka didalam komunitas motor.

Dalam komunitas motor ini terdapat seseorang yang sangat berperan

penting dalam kehidupan sosial maupun didalam komunitas ini sendiri, agar diantara anggota dapat menjaga kekompakan dengan baik, sebab jika terdapat masalah baik itu dilingkungan sosial maupun komunitas penyelesaiannya harus dilakukan bersama-sama.

Kebersamaan akan mudah tercerai-berai saat ada suatu masalah yang tidak dipecahkan secara bersama atau mementingkan salah satu pihak. Soerjono Soekanto (2017), mendefinisikan peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Dalam komunitas supermoto kawasaki ini terdapat studi fenomenologi yang akan dipecahkan mengenai perilaku konsumtif dan gaya hidup pada anggota komunitas ini sebab gaya hidup yang diterapkan para anggota komunitas ini dapat dikatakan cukup mewah, Creswell (2015), Studi fenomenologi menggambarkan arti sebuah pengalaman hidup untuk beberapa orang tentang sebuah konsep atau fenomena. Orang-orang yang terlibat dalam menangani sebuah fenomena melakukan eksplorasi terhadap struktur kesadaran pengalaman hidup manusia.

Berdasarkan uraian diatas, ada hal yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi tentang perilaku konsumtif dan gaya hidup bagi komunitas motor kawasaki yang ada di kota makassar maka dari penulis memilih dan mengangkatnya dalam bentuk penelitian skripsi dengan judul **“Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup (Studi Fenomenologi) Pada Anggota Komunitas Motor Kawasaki Supermoto Independent” Di Kota Makassar.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas, yaitu : mengetahui Fenomena Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup pada Pada Anggota Komunitas Motor Kawasaki

Supermoto Independent di Kota Makassar.

1.3 Tujuan penelitian

Terkait dengan masalah yang ada, penulis membuat tujuan utama dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui lebih dalam mengenai perilaku konsumtif dan gaya hidup yang diterapkan pada anggota komunitas motor kawasaki supermoto independent di Kota Makassar.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoristis

Pada penelitian ini, dapat memberi manfaat serta menambah wawasan dan pengetahuan tentang perilaku konsumtif dan gaya hidup, terkhusus manajemen pemasaran dan semoga dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang baru mengenai Perilaku Konsumtif dan gaya hidup terhadap komunitas motor kawasaki yang ada di Kota Makassar.

b. Bagi komunitas pengguna motor kawasaki supermoto independent di Kota Makassar

Dapat memberi masukan atau pengetahuan tentang perilaku konsumtif dan gaya hidup bagi komunitas kawasaki supermoto independent di Kota Makassar.

c. Bagi Universitas Fajar

Dapat menjadi tolak ukur bagi peneliti selanjutnya untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup pada anggota komunitas motor kawasaki supermoto independent di kota Makassar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Perilaku Konsumtif

a. Definisi Perilaku Konsumtif

Perkembangan zaman yang semakin modern dan kompleks turut membawa perubahan terhadap perilaku masyarakat dalam berkonsumsi. Salah satunya yaitu berkembangnya perilaku konsumtif di masyarakat.

Sumartono (2016), bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan untuk membeli suatu barang dengan mengutamakan faktor keinginan (*want*) dari pada faktor kebutuhan (*need*). Menurut Arianty et al. (2016), perilaku konsumtif adalah proses yang dilalui oleh seseorang/organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan membuang produk atau jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Ariesta (2020), Perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang, tidak lagi berdasarkan pertimbangan rasional, kecenderungan materialistik, keinginan yang kuat untuk memiliki kemewahan dan atau menggunakan istilah lain lebih mementingkan kepuasan daripada kebutuhan sebagai akibatnya pembeliannya sebagai kurang bermanfaat.

Berdasarkan dari beberapa definisi para ahli yang telah dikemukakan di atas, bahwa perilaku konsumtif yaitu perilaku seseorang ataupun individu dalam melakukan tindakan konsumsi terhadap barang secara berlebihan tanpa melihat terlebih dahulu apakah barang tersebut memang dibutuhkan atau tidak atau dengan kata lain pemborosan.

Perilaku ini sering di pengaruhi oleh kepuasan dan kesenangan sehingga tidak mempertimbangkan kebutuhan terlebih dahulu.

b. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Hidayati (2018), aspek-aspek perilaku konsumtif meliputi

1) Impulsif

Aspek ini bertujuan untuk bahwa seseorang berperilaku membeli semata mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak dapat memikirkan sifat emosioanlnnya.

2) Pemborosan

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan uang tanpa didasari adanya keutuhan yang jelas.

3) Mencari kesenangan

Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan sematamata untuk mencari kesenangan.

4) Mencari kepuasan

Membeli didasari oleh adanya keinginan untuk selalu lebihdari yang lain selalu adanya ketidakpuasan dan usaha untuk memperoleh pengakuan dari yang lain serta biasanya diikuti oleh rasa bersaing yang tinggi.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Dapat di ketahui tingkat konsumtif sesorang di dasari dengan adanya perilaku konsumtif secara berlebihan atau dengan kata lain pemborosan. Fardhani & Izzati (2013), menyatakan bahwa adanya perilaku boros di sebabkan oleh dua unsur, khususnya variabel luar dan dalam. Perilaku konsumtif adalah budaya, kelas sosial, pertemuan

referensi, dan keluarga sedangkan komponen dalam yang mempengaruhi dalam yang mempengaruhi konsumtif adalah inspirasi, proses pembelajaran, karakter, ide diri, dan gaya hidup.

Dapat di simpulkan di atas bahwa setiap individu yang berperilaku konsumtif pasti ada penyebabnya baik itu dari luar maupun dari dalam dirinya sendiri seperti yang telah di jelaskan di atas.

d. Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator dapat dijadikan sebagai alat untuk mengukur apakah individu berperilaku konsumtif atau tidak. Menurut Sumartono dalam Dikria (2016), indikator perilaku konsumtif yaitu:

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah Orang membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan ketika membeli barang tersebut.
- 2) Membeli produk karena kemasannya menarik Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.
- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain. Membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya) Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung

menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.
- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang di idolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.
- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.
- 8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelum dia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakai.

e. Dampak Perilaku Konsumtif

Wagne dalam Pambudi (2017), menambahkan bahwa perilaku konsumtif ini pada beberapa sisi memberikan dampak positif, antara lain:

- 1) Membuka dan meningkatkan lapangan kerja, karena produksi barang secara massal akan membutuhkan lebih banyak tenaga

kerja.

- 2) Menambah motivasi konsumen untuk meningkatkan pendapatannya, karena dengan tingkat pendapatan yang tinggi, konsumen mampu membeli berbagai jenis barang dan dalam jumlah yang diinginkan.
- 3) Terciptanya pasar-pasar baru bagi produsen seiring dengan jumlah komoditas yang dikonsumsi masyarakat yang terus meningkat, sehingga produsen akan membuka pasar baru agar lebih mudah menyediakan barang dan jasa kepada masyarakat.

Namun jika dilihat dari sisi negatifnya, menurut Kurniawan(2017), perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak sebagai berikut:

1. Gaya hidup boros akan mengakibatkan kecemburuan sosial karena orang akan membeli berbagai barang yang diinginkan tanpa memperhatikan harga barang tersebut murah atau mahal, dibutuhkan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak memiliki kemampuan finansial yang sama tidak dapat mengikuti gaya hidup tersebut.
2. Menurunkan peluang seseorang untuk menabung karena orang akan membelanjakan lebih banyak uangnya daripada menabung.
3. Cenderung tidak mempertimbangkan kebutuhan di masa depan orang lebih banyak mengonsumsi barang di masa kini tanpa mempertimbangkan kebutuhannya di masa depan.

2.1.2 Gaya Hidup

a. Definisi Gaya Hidup

Sumartono dalam Syaiful (2015), menjelaskan gaya hidup konsumtif merupakan suatu tindakan menggunakan suatu produk serta tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai, seorang telah menggunakan produk lain dengan fungsi yang sama. Dapat diketahui gaya hidup setiap kelompok akan mempunyai ciri-ciri unit tersendiri jika terjadi perubahan gaya hidup dalam suatu kelompok maka akan memberikan dampak yang luas pada berbagai aspek.

Simamora (2012), komunitas adalah kelompok yang terdiri dari orang-orang yang tinggal di suatu wilayah atau kebudayaan dan gaya hidup yang sama serta secara kolektif bertindak dan mencapai tujuan yang diinginkan.

Adanya inovasi produk yang cepat diiringi dengan tuntutan kebutuhan hidup modern, disertai dengan berkembangnya gaya hidup brand minded masyarakat mengakibatkan orang memiliki kecenderungan melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang rasional atau lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif.

Ujang Sumarwan (2017), Gaya Hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interests, and opinions*). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya

Berdasarkan dari beberapa definisi para ahli di atas yang telah dikemukakan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa gaya hidup adalah suatu perwujudan dari pola kehidupan seseorang yang

bersangkutan dengan kegiatan seperti halnya pengguna komunitas.

b. Faktor-Faktor Gaya Hidup

Menurut Donni Juni Priansa (2017), Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumen sangat banyak, namun secara umum dapat dibagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Masing-masing faktor tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1) Faktor Internal Konsumen itu Sendiri

Faktor internal konsumen itu sendiri terdiri dari sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi.

a. Sikap

Sikap merupakan kondisi jiwa yang merupakan refleksi dari pengetahuan dan cara berpikir konsumen untuk memberikan respon terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku yang ditampilkannya. Kondisi tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan, serta lingkungan sosialnya.

b. Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dan pengamatan merupakan hal yang saling erat terkait. Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tingkah laku dan perbuatan konsumen di masa lampau serta dapat dipelajari melalui interaksi dengan orang lain yang selanjutnya menghasilkan pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial tersebut dapat membentuk terhadap suatu objek.

c. Kepribadian

Kepribadian merupakan konfigurasi karakteristik dari individu

konsumen dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

d. Konsep diri

Konsep diri erat kaitannya dengan citra merek dari produk yang dikonsumsi. Bagaimana konsumen secara individu memandang tentang dirinya akan sangat mempengaruhi minatnya terhadap suatu objek. Konsep diri merupakan inti dari pola kepribadian yang akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan frame of reference yang menjadi awal timbulnya perilaku yang ditampilkan oleh konsumen.

e. Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan dan keinginan yang menyertainya. Konsumen membutuhkan dan menginginkan untuk merasa aman serta memiliki akan prestise lebih besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

f. Persepsi

Persepsi merupakan proses dimana konsumen memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi yang diterimanya untuk membentuk suatu gambar tertentu atas informasi tersebut.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi gaya hidup konsumen terdiri dari kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan. Masing-masing diuraikan sebagai berikut:

a. Kelompok Referensi

Kelompok referensi merupakan kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku konsumen. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana konsumen tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana konsumen tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan konsumen pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

b. Keluarga

Memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku konsumen. Hal ini karenapola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

c. Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dimana para anggota dalam setiap jenjang tersebut memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan.

Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh

seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran.

Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

d. Kebudayaan

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh konsumen sebagai individu yang merupakan bagian dari anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

e. Indikator Gaya Hidup

Menurut Puranda & Madiawati, (2017), indikator gaya hidup terdiri dari 3 (tiga) faktor, diantaranya:

a. *Activity* (Aktivitas)

Aktivitas yaitu hobi, bekerja, hiburan, peristiwa sosial, liburan.

b. *Interest* (Minat)

Interest, faktor pribadi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan..

c. *Opinion* (Pendapat)

Pendapat (*Opinion*) yaitu diri sendiri, politik, bisnis, masalah social, pendidikan, ekonomi, produk, budaya, masa depan, budaya.

2.2 Tinjauan Empirik

Dalam penelitian ini terdapat beberapa tinjauan empirik yang peneliti tambahkan sebagai referensi dan acuan dalam melaksanakan penelitian ini Adapun beberapa tinjauan empirik dalam penelitian yang peneliti tambahkan sebagai acuan dalam penulisan karya tulis ilmiah antara lain:

Tabel 2.2
Tinjauan empirik

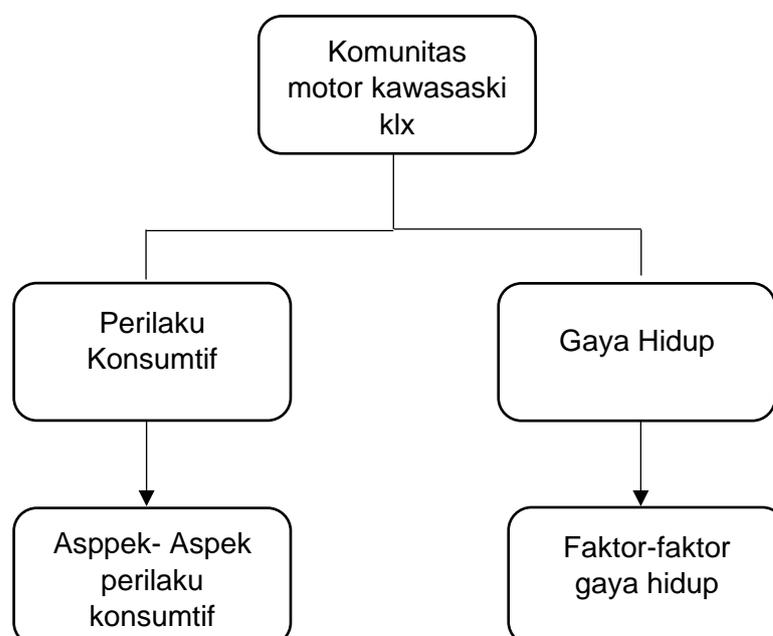
No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Jaya, U. A., & Astira, I. (2021).	Pengaruh kualitas dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor kawasaki di kota tanggerang	Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan alat regresi berganda. Pengolahan data menggunakan program SPSS.	Berdasarkan hasil penelitian bahwa Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor kawasaki di Kota Tangerang.
2	Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Terhadap Perilaku Konsumtif	Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data serta penampildari hasilnya	Berdasarkan hasil penelitian diatas cukup membuktikan bahwa hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif serta aspek aktivitas menjadi aspek yang paling mempengaruhi sesuai dengan kondisi pada diri subjek yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda.

3	Krisdiantoro, D.(2016).	Pengaruh Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)	Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah probabilitasampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.	Berdasarkan yangtelah dikemukakandapat diambil kesimpulan bahwasemakin tinggi pengaruh Iklan terhadap konsumen, maka akan semakin tinggi juga perilakukonsumtif konsumen.
4	Nurbaity, F., Bungin, B., & Satvikadewi, A.P. (2016).	Persepsi anggotaclub motor terhadap gaya hidup komunitas di surabaya.	Berdasarkan pada permasalahan yang diteliti, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.	Berdasarkan hasil penelitian bahwa kesimpulan yang dapat di tarik yaituJenis Motor gede yang mereka gunakan dalam setiap kegiatan atau acara terdiri dari Motor kawasaki sebanyak 55% di ikuti Motor Ducati 15 % sedangkan Harley Davidson dan Triumph masing masing sebanyak 7,5 % sisanya motor Suzuki, MV Agusta dan BMW masing-masing sebesar 5 %
5	Pratiwi, G. I. (2015).	Perilaku konsumtif Dan gaya bentuk Gaya hidup (Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Motor Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC) Chapter Malang) Delta AutoMotor PurukCahu)	Metode penelitian yang digunakan berjenis kualitatif yang merupakan suatu pendekatan yang bermaksud memahami suatu fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya saja perilaku, persepsi,motivasi, tindakandan lain-lain.	Hasil penelitian ini bahwa terdapat kegiatan atau aktivitas informan dalam menunjang hobi selain mempunyai manfaat juga terdapat pertanda tanda dalam konteks ini diantaranya komunitas motor BKRC Chapter malang dan motor keluaran kawasaki. Di lihat dari uji yaitu 0,001. Besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah 60,2%

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka kerja abstrak ini didasari oleh perilaku konsumtif dan gaya hidup pada anggota komunitas motor kawasaki di kota makassar. Nadzir dan Ingrianti (2015), mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonis merupakan suatu pola hidup seseorang yang melakukan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, menghabiskan waktunya di luar rumah untuk bersenang-senang dengan temannya, gemar membeli barang yang tidak dibutuhkan, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya.

Ancok (2015), menjelaskan secara spesifik bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang tidak dapat menahan keinginannya untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan tanpa melihat fungsi utama dari barang tersebut. Artinya masyarakat dalam mengkonsumsi barang mereka tidak memperhatikan manfaat dan kebutuhan dari barang tersebut melainkan hanya untuk memenuhi keinginannya saja sehingga terjadi pemborosan pada dirinya.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Model konsep penelitian yang ingin digunakan peneliti adalah metode penelitian kualitatif. Data yang diterima melalui metode penelitian, tanya jawab, pengarsipan, dan lain lain, di lucuti dan di akumulasikan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menginterpretasikan tanda secara mendalam melalui pengumpulan data yang akurat. Penelitian ini juga tidak menambah ukuran populasi atau sampling, dan samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan dapat menjelaskan tanda tanda yang akan diamati, maka tidak perlu lagi mencari sampling tambahan.

Menurut Sugiyono (2017), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dan peneliti sendiri sebagai instrumen kuncinya, teknik pengumpulan data yang digunakan dengan triangulasi, data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis datanya bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena dan menemukan hipotesis.

Ibrahim (2015), mengatakan bahwa pendekatan kualitatif merupakan cara kerja penelitian yang menitik beratkan pada aspek pendalaman data untuk memperoleh kualitas dari penelitian yang dilakukan. Pendekatan kualitatif menggunakan kata atau kalimat deskriptif, dimulai dengan pengumpulan data sampai dengan menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian di mana peneliti sebagai alat kunci, dan hasil penelitian kualitatif menekankan pada makna

umum Sugiyono (2019), dengan cara ini, penulis dapat memperoleh data yang masuk akal untuk menerapkan dan memahami penelitian mengenai perilaku konsumtif dan gaya hidup terhadap komunitas supermoto kawasaki independent di kota makassar.

Selanjutnya akan dibahas secara rinci dan mendalam mengenai langkah-langkah, prosedur dan metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan skripsi yang berjudul "Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup studi fenomenologi pada anggota komunitas motor kawasaki independent di kota Makassar". Peneliti mencoba untuk memaparkan berbagai langkah yang digunakan dalam mencari sumber-sumber, cara pengolahan sumber, analisis, dan sampai carapenelitiannya.

Pengambilan sampel data base dilaksanakan dengan metode purposeful dan snowballing, metode pengumpulannya triangulasi (*random*), kajian data yang bersifat induktif/kualitatif, hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Interaksi perilaku manusia di atmosfer dari perspektif peneliti.

3.2 Kehadiran Peneliti

Penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk mengabstraksi temuan temuannya lebih konseptual dan pasti, sah pada waktu dan tempat dilaksanakan penelitian sehingga penelitian kualitatif tidak disebut ilustratif.

Dalam contoh penelitian kualitatif, responden dan subjek penelitian adalah orang-orang dipilih untuk diwawancarai berdasarkan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, bertindak sebagai pengumpul data dan peneliti akan aktif dalam posisi penelitian sebagai pengamat untuk menemukabsahan data yang telah diperoleh atau untuk membuat data dan temuan baru.

3.3 Tempat dan Waktu

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau menganalisa perilaku kosnumtif dan gaya hidup yang diterapkan oleh komunitas kawasaki supermoto independent yang ada di kota Makassar sulawesi selatan, lokasi penelitian ini bertempat di jalan Metro Tanjung Bunga hingga kawasan *Centre Point of Indonesia (CPI)*, adapun sekretariat komunitas ini bertempat di JL, Vetran Selatan Kota Makassar. penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan atau dilaksanakan secara kualitatif atau terjun langsung ke lapangan, penelitian ini akan dilaksanakan mulai tanggal 21 Juli –14 Agustus 2023.

3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi. Informan penelitian adalah sesuatu baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat keadaanya diteliti, Sukandarumidi (2018), informan dalam penelitian kali ini yaitu anggota komunitas motor kawasaki supermoto independent di Kota Makassar.

Menurut Sugiyono (2017), menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen kunci penelitian adalah peneliti itu sendiri. Sebagai instrumen utama peneliti bertindak sebagai pengamat, pewawancara, pengumpul data sekaligus sebagai pembuat laporan hasil penelitian. Oleh karena itu, instrumen dalam penelitian ini menggunakan pedoman observasi, wawancara, dokumentasi serta kuesioner.

Di sisi lain, bagi Burhan Bungin (2012), yang paling tidak diperdebatkan dalam teknik sampling adalah bagaimana mengidentifikasi informan kunci atau konteks sosial langsung yang penuh dengan data. Menentukan narasi, di mana data kunci atau kondisi sosial lebih sesuai untuk perilaku terencana atau disengaja, adalah melalui sampling yang disengaja.

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas kawasaki supermoto independent yang ada di kota Makassar, Pemilihan database dan orang-orang yang diprediksi tidak melihat impiansetidaknya di seluruh studi, termasuk pemilik, atau para pengguna motor anggota komunitas kawasaki supermoto independent di kota Makassar, untuk menjawab pertanyaan tersebut dalam penelitian ini peneliti mengambil data dari beberapa anggota komunitas Kawasaki supermoto independent yang di harapkan menjadi fokus penelitian pada saat ini. Sebab penelitian ini merupakan penelitian kelas umum maka subjek yang akan di tinjau yaitu komunitas kawasaki supermoto independent yang ada di kota Makassar.

Informan sendiri yang akan dipilih meliputi anggota komunitas kawasaki supermoto independent di kota Makassar yang terdiri dari 5 anggota dari komunitas ini yang sudah mengetahui lebih dalam dan sudah berpengalaman mengenai komunitas ini sendiri.

Mendeskripsikan atau menganalisa perilaku konsumtif dan gaya hidup pada komunitas supermoto independent yang ada di kota Makassar penentuan informan ini terdiri dari beberapa anggota komunitas ini sendiri untuk dilakukan penelitian yang lebih dalam lagi.

3.5 Sumber Data

Adapun sumber data yang dikumpulkan menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder, adalah sebagai berikut:

3.5.1 Data Primer

Sugiyono (2019), Data mentah dalam penelitian adalah data yang peneliti diperoleh langsung dari semua sumber informasi tanpa melalui perantara. oleh sebab itu, peneliti mengumpulkan data dengan cara mengamati dan mewawancarai secara langsung anggota komunitas kawasaki supermoto independent yang ada di Kota Makassar.

3.5.2 Data Sekunder

Sugiyono (2019), Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder didapatkan dari sumber yang dapat mendukung penelitian antara lain dari dokumentasi dan literatur.

Data sekunder dapat diperoleh tanpa melakukan observasi langsung di lapangan, melainkan melalui perantara. Adapun contohnya yaitu metode yang digunakan seperti studi pustaka, dimana kita mengakses dan menganalisis seperti buku, jurnal, artikel, atau tulisan ilmiah yang relevan dengan objek penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan tahap yang sangat diplomatis dalam sebuah penelitian, sebab tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi, dan sebaliknya.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1 Observasi

Penelitian adalah suatu cara pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung subyek penelitian. Hasil observasi berupa kegiatan, peristiwa, kasus, tema, hal atau situasi, dan perasaan emosional seseorang. Sugiyono (2019), Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya.

3.6.2 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara yang penting untuk memeriksa keakuratan data hasil observasi. Wawancara juga dapat

digunakan untuk mengumpulkan sebuah informasi yang tidak mungkin diperoleh lewat observasi.

Sugiyono (2013), mengungkapkan bahwa “wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil”.

Yunus (2015), agar wawancara efektif, maka terdapat berapa tahap yang harus dilalui, yakni ; 1). mengenalkan diri, 2). menjelaskan maksud kedatangan, 3). menjelaskan materi wawancara, dan 4). mengajukan pertanyaan. Melalui cara konsultasi periset bisa memohon komentar langsung dari para informan dalam perihal ini para anggota komunitas kawasaki supermoto independent yang ada di kota makassar.

3.6.3 Dokumentasi

Sugiyono (2019), arsip bisa berupa ilustrasi, kreasi pribadi atau catatan. Variasi penelitian ini meliputi pengumpulan data dengan cara memperkirakan, menambah dan menyampaikan aspek aspek yang berkaitan dengan anggota komunitas kawasaki supermoto independent di kota makassar.

3.7 Analisis data

Analisis data menurut Sugiyono (2019), yaitu pergerakan setelah mengumpulkan semua data responden atau sumber data lainnya. Analisis data adalah pengkategorian data berdasarkan faktor dan kategori responden, tabulasi data berdasarkan faktor untuk semua responden, penyajian data yang cermat untuk setiap faktor, perincian untuk menanggapi kesimpulan kasus, dan perincian untuk mengevaluasi dapatkan komitmen hipotesis. Lalu ada prosedur yang sering digunakan ketika melihat data penelitian kualitatif:

3.7.1 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data yaitu sistem perangkuman data dengan metode memilah perihal perihal yang penting serta menumpukkan pada hal-hal yang berguna. Dengan begitu data yang pernah direduksi hendak memberikan bayangan yang lebih jelas serta memudahkan ekspeditor buat menjalankan pengumpulan data kemudian.

3.7.2 Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian fakta yaitu hasil pengurangan data yang mampu berupa bagan, diagram, phie card, pictogram, serta sejenisnya yang teratur dengan cara metodis dalam pola ikatan maka itu gampang dimengerti.

Dalam studi kualitatif, penyajian data menjurus dijalani dalam tatanan pemahaman pendek, sketsa, serta ikatan temani golongan yang berkepribadian riwayat.

3.7.3 Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verificatn*)

Penarikan kesimpulan dan bukti merupakan langkah terakhir dalam menganalisis data penelitian kualitatif. Namun, kesimpulan awal yang disajikan biasanya masih tentatif dan pada akhirnya dapat berubah jika tidak ada fakta yang terungkap untuk mendukung tahap pengumpulan data selanjutnya. Di sisi lain, kesimpulan yang ditarik lebih awal adalah kredibel jika didasarkan pada bukti yang kuat dan tidak berubah ketika peneliti kembali ke ruangan untuk mengumpulkan data.

Selanjutnya dianalisis secara kualitatif dan hasil tanggapan dari referensi tersebut dijabarkan dalam deskripsi struktur paragraf untuk membahas aspek- aspek yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan gaya hidup pada komunitas motor kawasaki supermoto independent di kota makassar.

3.8 Pengecekan Validitas Data

Verifikasi validitas data digunakan untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan dapat di verifikasi dengan verifikasi data. Metode yang digunakan untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi data berarti ekspediter menggunakan banyak sumber data yang berbeda. Ekspediter menggunakan metode observasi, konsultasi dan pengarsipan untuk sumber data yang berbeda. Ekspediter menggunakan berbagai sumber data seperti akta, arsip, hasil konsultasi, observasi, atau juga dengan mengkonsultasikan beberapa poin yang mungkin memiliki sudut pandang berbeda, sugiyono (2019).

3.9 Tahap Penelitian

Menurut Moleong (2017), Ada tiga pokok dalam penelitian kualitatif yang kemudian digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Arahan tahap pra-penelitian, yaitu kegiatan yang meliputi identifikasi prioritas penelitian berdasarkan konteks penelitian, adalah untuk mengetahui dalam hal ini para anggota komunitas kawasaki supermoto independent yang ada di kota Makassar.
2. Menulis rencana studi dan simposium rencana studi, kemudian dilanjutkan dengan pengurusan izin studi mata pelajaran.
3. Tahap aktivitas keterampilan, yaitu meliputi pengumpulan data yang terkait dengan fokus penelitian yaitu perilaku konsumtif dan gaya hidup bagi parakomunitas kawasaki supermoto independent yang ada di kota makassar. Selama fase aktivitas keterampilan ini, peneliti berkonsultasi dengan subjek penelitian menggunakan alat konseling dasar. Hasil konsultasi kemudian digabungkan dan ditinjau dalam analisis data. Selain melakukan konsultasi, peneliti juga melakukan pengarsipan untuk mendukung temuan penelitian.

4. Tahap analisis data, yang meliputi kegiatan menyiapkan dan mengorganisasikan data yang dihasilkan, dengan konsultasi dan dokumentasi yang mendalam, diikuti dengan pemahaman data yang sesuai dengan konteks kasus yang diteliti. Langkah selanjutnya adalah mengontrol kebenaran data dengan menggunakan trigonometri.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan Kawasaki



Gambar 4.1

Logo PT. Kawasaki Motor Indonesia

Sumber : website resmi perusahaan

PT Kawaski Motor Indonsia didirikan pada tanggal 8 Februari 1994 sebagai perusahaan joint venture antara Kawasaki Heavy Industries, Ltd.- Jepang dengan salah sartu peusahaan yang di Indonesia yaitu PT.Sumber Selatan Nusa. Bisnis perusahaan ini beroperasi di bidang kendaraan beroda dua dengan merek yaitu Kawasaki.

Produksi pertama dimulai pada maret 1995 yang di ikuti dengan penjualan unit, suku cadang, seta fasilitas servis. PT. Kawasaki Motor Indonesia bertempat di JL. Perintis Kemerdekaan Kelapa Gading, Jakarta Utara memiliki 2 aktivitas utama seperti merakit dan membuat komponen sepeda motor. Kapasitas produksi meghasilkan 200.000 unit setiap tahunnya. Unit bsnis : industri otomotif, perakitan sepeda motor termasuk komponennya.

Dengan mengacu pada pilosopi "*marching on to unlimited improvement*" semangat juang dan kejasama yang kokoh antara manajemen, pekerja, dan serikat buruh PT. Kawasaki Motor Indonesia merencanakan untuk mejadi salah satu perusahaan terbaik alam mutu,

produktivitas, dan disiplin guna meraih target sasaran di bidang pemasaran sesuai yang telah di rencanakan bersama.

Pasokan unit produk langsung di datangkan dari Jakarta (Pabrik Kawasaki Motor Indonesia). Dalam jangka waktu satu tahun perusahaan suda mampu melakukan penjualan di atas rata rata, selain melaksanakan penjualan dan pendistribusian sepeda motor merek Kawasaki dan penjualan suku cadang asli Kawasaki.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Setiap perusahaan tentu memiliki visi dan misi yang ingin di capai dalam pendiriannya. Visi tersebut merupakan tonggak yang menjadi awal terciptanya berbagai rencana- rencana yang akan dilakukan. Sementara Visi merupakan strategi yang ingin dicapai guna mewujudkan visi yang di impikan.

Adapun Visi dan Misi Perusahaan Kawasaki Motor Indonesia adalah ssebagai berikut :

a. Visi

Menjadi perusahaan yang bergerak di bidang kendaraan roda dua yang bertaraf internasional, pelopor motor masa depan.

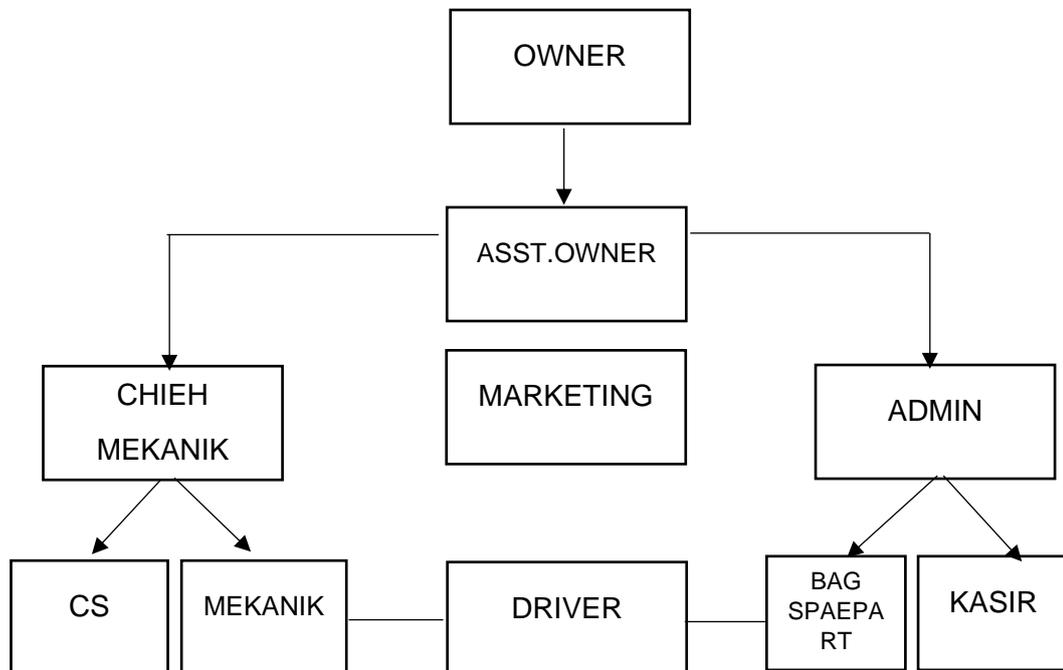
b. Misi

- 1) Berusaha menjaga kualitas motor yang di haslkan
- 2) Mengutamakan manfaat yang diberikan masyarakat luas dalam menyediakan alat transportasi
- 3) Mampu bersaing dalam kualitas di kanca nasional dan internasional.

4.1.3 Struktur Organisasi

Dalam sebuah perusahaan tentu terdapat struktur organisasi dengan tingkat pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang di

berikan terhadap karyawan sesuai dengan bidang masing-masing berikut sruktur organisasi PT. Kawasaki Motor Indonesia :



Gambar 4.2

Struktur Organisasi PT. Kawasaki Motor Indonesia

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Identitas Penelitian

Karakteristik informan dalam penelitian kali ini berasal dari komunitas motor Kawasaki Supermoto independent yang ada di Kota Makassar peneliti ingin mengidentifikasi perilaku konsumtif dan gaya hidup pada anggota komunitas motor tersebut, lokasi penelitian kali ini di laksanakan di *Center Point Of Indonesia* Jl. Metro, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Pada tahap awal pengamatan, peneliti secara langsung mengunjungi komunitas motor Kawasaki independent di kawasan *center point of Indonesia* setelah melakukan perjanjian dengan ketua komunitas Kawasaki Supermoto independent. Adapun tujuan kunjungan kali ini yaitu

untuk melaksanakan wawancara dan dokumentasi dengan para anggota komunitas Kawasaki Supermoto independent yang sudah berpengalaman.

Penelitian ini dilaksanakan melalui pendekatan wawancara dengan melibatkan 5 (lima) informan terkait. Komposisi wawancara kali ini melibatkan 5 (lima) orang yang sudah berpengalaman salah satu di antaranya ketua komunitas Kawasaki Supermoto independent dan 4 (empat) orang dari anggota komunitas ini sendiri.

Data yang terhimpun dari interaksi dengan informan tersebut telah menghasilkan beragam informasi dari hasil wawancara yang signifikan bagi penelitian kali ini. Berikut data informan yang didapatkan dari hasil wawancara tersebut :

Tabel 4.1

Tabel Identitas Informan Penelitian pada Komunitas Kawasaki Supermoto independent di Kota Makassar

No	Nama	Umur	Tingkat pendidikan	Jenis informan	Jabatan informan
1	Ayyub	22	SMA	Informan kunci	Ketua komunitas
2	Fadli	23	SMA	Informan utama	Anggota komunitas
3	Jihan	22	SMA	Informan utama	Anggota komunitas
4	Adhi	25	SMA	Informan tambahan	Anggota komunitas
5	Rezi	21	SMA	Informan tambahan	Anggota komunitas

Sumber : data primer setelah diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah informan dari komunitas Kawasaki Supermoto independent sebanyak 5 orang di antaranya 4 anggota komunitas dan 1 ketua komunitas, berdasarkan umur rata-rata 21-25 sebanyak 5 orang dengan tingkat Pendidikan SMA/Sederajat.

Ke lima informan di atas yang di pilih sebagai responden telah mengetahui secara mendalam tentang komunitas ini dari berbagai aspek seperti karakteristik anggota dari umur, pekerjaan, dan tingkat pendidikan.

4.2.2 Data hasil Wawancara anggota komunitas motor Kawasaki Supermoto independent di kota Makassar

a. perilaku konsumtif

Penelitian ini di laksanakan melalui wawancara dan dokumntasi terhadap 4 anggota komunitas motor ini dan 1 anggota dari komunitas motor ini yang bertempat di Jl, Metro Kota Makassar, wawancara kali ini mengeani perilaku konsumtif dan gaya hidup terhadap komunitas motor Kawasaki Supermoto indepent di Kota Makassar, Adapun hasil wawancara adalah sebagai berikut:

1) Ayyub 22 tahun (ketua komunitas)

Awal mulanya kakak tertarik dengan motor Kawasaki?

Bagaimana perjuangan membelinya?



Gambar 4.3 wawancara 9 Agustus 2023

“yang pertama itu saya tertarik dengan Kawasaki karena saya pertama lihat itu di televisi bagaimana caranya orang itu yang balapan motor cross itu awalnya saya tertarik di situ dan terus untuk perjuangannya yang saya dapatkan ini motor saya harus kerja dulu kerja sambil menabung jadi bisa seperti sekarang adami dana kita

bisami dp begitu bayar cicilanya alhamdulillah sudah lunas mi jadi begitu awalnya kak”

Selanjutnya peneliti juga menanyakan kepada ketua komunitas mengenai apakah motor itu menjadi solusi untuk berkendara atau sekedar hobi?

“kalau menurutku untuk motorkan hampir ji sama semua manfaatnya to jadi tergantung dari kita mauki pilih motor yang seperti bagaimana tapi kalau saya pribadi saya lebih suka memang motor yang jenisnya kayak laki banget begitue jadi saya ambil mi Kawasaki sebagai pilihanku untuk ambil motor”

Pertanyaan selanjutnya yang penelii berikan kepada ketua komunitas yaitu :

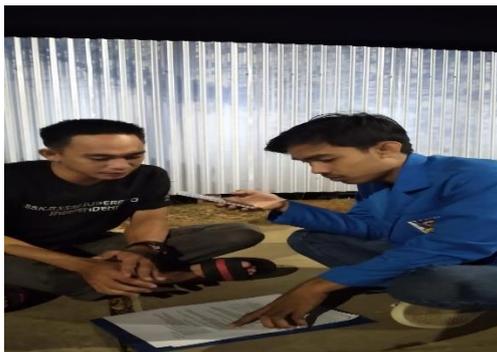
Pada saat mencari informasi tentang berbagai merek motor dan spesifikasinya melalui apa? (pilihannya google, social media, info dari orang terdekat/komunitas/keluarga/ teman atau pameran ekspidisi atau berkunjung ke dailer)

“ya jadi sebelumnya saya ambil ini motor kawasaki yang pertama saya harus survei dulu seperti kayak saya cari di google apa spesifikasinya Kawasaki dengan kompotitor-kompotitor lain kemudian saya cari-cari di sosial media dan memang saya tertarik di Kawasaki.

2) Fadli 23 tahun (anggota komunitas)

Awal mulanya kakak tertarik dengan motor Kawasaki?

Bagaimana perjuangan membelinya?



Gambar 4.4 wawancara 9 Agustus 2023

"Ya kalau untuk perjuangan sih pasti mati matian karena keinginan sendiri juga makanya harus berusaha bagaimana bisa membelinya" selanjutnya peneliti juga memberikan pertanyaan kepada saudara ayyub yaitu : bagaimana penampakan dari visual motor ini? Apakah membuat tertarik jelaskan!

" Tertarik sih karena lebih enak di pake maksudnya enak di pake jauh begitu ndk terlalu membebani dan juga memang dari dulu memang saya lebih suka motor yang modelnya trail."

kemudian peneliti juga memberi pertanyaan yaitu: menurut anda pentingkah untuk menjadi anggota komunitas motor untuk pergaulan, meskipun manfaat atau kegunaan motor ini bisa juga di dapatkan dari motor jenis lain dengan harga yang lebih murah? Jelaskan!

"kalau saya pribadi sih mungkin lah karena kebetulan yang pake motor motor begini banyak jadi lebih ringan kayak mencari untuk kayak teman-teman pergaulan begitu."

3) Jihan 22 tahun (anggota komunitas)

Awal mulanya kakak tertarik dengan motor Kawasaki?
Bagaimana perjuangan membelinya?



Gambar 4.5 wawancara 9 Agustus 2023

“ ee perjuanganya itu dari orang tua ji sebenarnya cuman itu saya tertarik dengan motor trail kayak gini karena apa di kayak sekedar suka saja lihat dari kecil aa suka lihat itu yang dibidang trabas kan aa suka lihat orang trabas dari situ tertarik”

Selanjutnya peneliti juga memberikan pertanyaan kepada saudara jihan yaitu : pada saat transaksi motor Kawasaki ini apakah anda merasa motor ini mahal di bandingkan dengan produk yang sejenis atau sepadan dengan fungsi dan manfaat terhadap harganya?

”ee kalau menurut saya pribadi ee karena saya juga suka dengan modelnya ee suka juga dengan mesin nya juga irit toh jadi lebih saya tidak anjii tidak ragukan ji dengan harganya.”

Selanjutnya peneliti juga memberikan pertanyaan yaitu : seberapa penting rekomendasi dari pihak lain (orang terdekat, influencer, selebriti ataupun komunitas motor ini secara online ataupun offline dalam proses pembelian anda)

“eee itu tidak ji kayak anu apa namanya kayak di kasih ji saran ini mi saja beli karena memang ini kualitasnya baik bahan bakarnya irit kelibahanya dan kekuranganya juga begini.”

4) Rezi 21 tahun (anggota komunitas)

Awal mulanya kakak tertarik dengan motor Kawasaki?

Bagaimana perjuangan membelinya?



Gambar 4.6 wawancara 9 Agustus 2023

“ee yang pertama itu perjuangan saya karena kan ketika kita meihat ada kemauan apa namanya untuk mencapai keinginan itu pasti ada targetan to artinya kita bagaimana supaya ini target kita bisa di capai salah satunya unuk bekerja supaya kemauan ta ini dapat tercapai juga.”

Selanjutnya peneliti memberikan pertanyaan kepada saudara rezi yaitu : Menurut anda pentingkah untuk menjadi anggota komunitas motor untuk pergaulan, meskipun manfaat atau kegunaan motor ini bisa juga di dapatkan dari motor dengan jenis lain dengan harga yang lebih murah? Jelaskan!

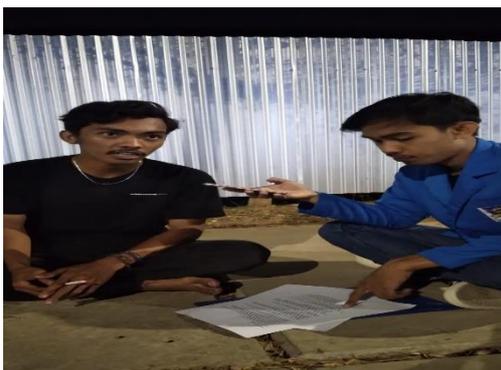
“ee kalau pentingnya untuk masuk komunitas itu termasuk penting bagi saya karena masuk komunitas kita bisa dapat banyak hal to bisa juga yang lainnya tergantung dari pemikiran orang-orang.”

Selanjutnya peneliti juga mengajukan pertanyaan yaitu: dengan membeli motor Kawasaki seri KLX ini apakah bisa menaikkan gengsi atau citra diri anda?

“ karena dilihat disinikan termasuk hobi saya juga jadi saya rasa juga bisa menaikkan citra diri saya kalau menggunakan motor kawasasaki ini .”

5) Adhi 25 tahun (anggota komunitas)

Apakah motor itu menjadi solusi untuk berkendara atau sekedar hobi?



Gambar 4.7 wawancara 9 Agustus 2023

“ee kalau saya pribadi kak solusi kak karena selain akses jalan ke kampung ku itu kak susah di lewati kak banyak kak banyak sebabnya kenapa saya pilih trail.”

Selanjutnya peneliti memberikan pertanyaan yaitu: menurut anda pentingkah untuk menjadi anggota komunitas motor untuk pergaulan, meskipun manfaat atau kegunaan motor ini bisa juga di dapatkan dari motor jenis lain dengan harga yang lebih murah? Jelaskan!

“ee lumayan kalau yang pertamanya tadi itu penting kak karena untuk menambah wawasan seputar otomotif to dan memang kan saya ini terlanjur juga menggunakan motor KLX jadi ku pilihki gabung di komunitas Kawasaki untuk menambah teman juga kak.”

Pertanyaan selanjutnya yaitu bagaimana dengan penampakan dari visual motor ini ? apakah membuat tertarik? Jelaskan

“kalau dari tampilanya memang kak untuk anu to lebih ke anu kak lebih gahar ki.jadi memang keren kak makanya ini saya tertarik untuk gunakan ini motor.”

b. Gaya Hidup

Adapun wawancara tentang indikator gaya hidup terhadap 5 informan dari komunitas motor Kawasaki Supermoto independent.

1) Ayyub 22 tahun (ketua komunitas)

Bagaimana peran komunitas sebagai tempat menyalurkan hobi?

“kalau peran komunitas menurut saya peran komunitas di era sekarang kan banyak yang di bilang balapan liar atau geng motor jadi menurut saya itu komunitas berperan penting untuk kita anak-anak mudah untuk saling menyalurkan hobi karena dapat juga menimbulkan ee apa di menimbulkan juga plink positif lah dari pada orang-orang yang tidak berkomunitas bukan di bilang kita komunitas ini lebih bagus dari orang yang tidak berkomunitas bukan kan komunitas ini sebagai sarana untuk anak-anak mudah dan yang lain-lain untuk menyalurkan hobi menurut saya itu juga komunitas penting juga.”

Selanjutnya peneliti juga memberikan pertanyaan kepada ketua komunitas yaitu: apakah anggota komunitas ini memiliki minat yang sama pada saat bergabung di komunitas? Jelaskan seperti apa!

“kalau bicara komunitas om pasti orang-orang yang bergabung di komunitas pasti kita memiliki minat yang sama

kalau dia tidak punya minat yang sama untuk apa mereka gabung di komunitas.”

Adapun pertanyaan selanjutnya yaitu: apa pendapat anda tentang pemilihan motor sebagai penunjang hobi dan apakah motor jenis ini membuat anda tampil berbeda?

“kalau menurut saya sendiri Kawasaki adalah pilihanku karena memang dari segi spesifikasi dan tampilan lebih tertarik ka dengan Kawasaki dari pada motor-motor lain lain maka itumi lebih saya pilih Kawasaki.”

2) Fadli 23 tahun (anggota komunitas)

Bagaimana peran komunitas sebagai tempat menyalurkan hobi?

“ ya kalau komunitas kan bagus kemudian memperluas solidaritas ataupun teman kan kami juga di komunitas ini sering biasa melakukan touring ke daerah-daerah nah di situ mi biasa kami salurkan hobi kami.”

Adapun pertanyaan selanjutnya yang peneliti berikan kepada saudara fadli yaitu : apakah anggota komunitas ini memiliki minat yang sama pada saat bergabung di komunitas? Jelaskan seperti apa!

“ kalau minat sih mungkin sama karena memang tujuan kami masuk komunitas pasti ini ada tujuannya pasti tujuannya membangun solidaritas sesama teman.”

Selanjutnya peneliti memberikan pertanyaan yaitu: apa pendapat anda tentang pemilihan motor sebagai penunjang hobi dan apakah motor jenis ini membuat anda tampil berbeda?jelaskan!

“ kalau hobi sih hobi tapi jelas pasti kayak tampil bedalah karena sudah beda mi dengan motor-motor yang lain dan memang hobi saya dari dulu memang ada di motor ini begitu.”

3) Jihan 22 tahun (anggota komunitas)

Bagaimana peran komunitas sebagai tempat menyalurkan hobi?

“ee kalau apa di di public endak terlalu anu ji cuman kalau di bilang pergi touring apa banyak ji juga teman kalau menurut ku toh lebih banyak ji juga teman.” Selanjutnya peneliti juga memberikan pertanyaan yaitu : apakah anggota komunitas ini memiliki minat yang sama pada saat bergabung di komunitas? Jelaskan seperti apa!

“ ee iye sama ji karna kan ini masuk dengan komunitas pasti ada syarat-syarat nya toh nah waktu sudah gabung tentu kami di dalam komunitas memiliki minat yang sama.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yaitu : apa pendapat anda tentang pemilihan motor sebagai penunjang hobi dan apakah motor jenis ini membuat anda tampil berbeda? jelaskan!

“ ee kalau hobi iya tampil beda juga iya dan kami memang di dalam komunitas ini kami juga jadikan motor sebagai penunjang hobi kami seperti pergi jalan” atau touring bersama.”

4) Rezi 21 tahun (anggota komunitas)

Bagaimana peran komunitas sebagai tempat menyalurkan hobi?

“ee untuk peran komunitas itu secara idealnya bagus karna kan tidak ada namanya suatu organisasi tujuannya itu jellek tidak ada toh tergantung lagi kembali ke individualnya ke komunitas itu kan “

Kemudian pertanyaan selanjutnya yaitu: Selanjutnya peneliti juga memberikan pertanyaan yaitu : apakah anggota komunitas ini

memiliki minat yang sama pada saat bergabung di komunitas?
Jelaskan seperti apa!

“kurasa sama semua karena saya sebelumnya kan suda cerita sama beberapa member yang ada di komunitas ini ternyata memang minatnya sama semua ki”.

Kemudian pertanyaan berikut yaitu : Selanjutnya peneliti memberikan pertanyaan yaitu: apa pendapat anda tentang pemilihan motor sebagai penunjang hobi dan apakah motor jenis ini membuat anda tampil berbeda?jelaskan!

“ ee kurasa ini memang tampil berbeda karena apaya banyak orang yang memang melihat kita mereka melihat kita itu melihat apa yang kita pakai apa yang kita gunakan seperti itu dan juga memang ee kami di komunitas menjadikan motor sebagai ini semacam symbol lah untuk komunitas ini.”

5) Adhi 25 tahun (anggota komunitas)

Bagaimana peran komunitas sebagai tempat menyalurkan hobi?

“ kalau saya kak pas masuk di komunitas ini tambah banyak wawasan soal seputar ini motor sama kebersamaan dan juga kak kan kami biasa tiap malam minggu ini melaksanakan perkumpulan atau kopdar nah di sini mi biasa tempat kami menyalurkan hobi di dalam komunitas.”

Adapun pertanyaan selanjutnya yang peneliti berikan kepada saudara fadli yaitu : apakah anggota komunitas ini memiliki minat yang sama pada saat bergabung di komunitas? Jelaskan seperti apa!

“ iye sama karena memang kak kami disini memiliki hoby yang sama di motor ini dan biasa kalau ada alat baru tentang ini motor pasti kami juga biasa menggantinya.”

Selanjutnya peneliti memberikan pertanyaan yaitu: apa pendapat anda tentang pemilihan motor sebagai penunjang hobi dan apakah motor jenis ini membuat anda tampil berbeda? jelaskan!

“ semenjak pake motor ini lebih kayak pd saja begitu kak waktu mengendarai ini motor dan memang kami di sini kan memilih masuk komunitas untuk menambah wawasan atau ini memperbanyak teman kak di sini juga kami bisa menyalurkan hobi sesama anggota komunitas kak.”

2.4 Pembahasan

Dari hasil penelitian yang telah di laksanakan di Jl.Metro Kota Makassar Sulawesi Selatan, terhadap komunitas motor Kawasaki Supermoto independent, peneliti mendapatkan berbagai informasi dari komunitas motor ini mulai dari perilaku para individu maupun gaya hidup dari para anggota komunitas ini, komunitas Kawasaki ini sendiri ini sudah berdiri selama 3 (tiga) tahun yang di pimpin oleh saudara ayyub selaku ketua komunitas sampai saat ini pandangan serta pendapat informan pada pembahasan ini mengenai perilaku konsumtif gaya hidup serta hoby dari anggota komunitas ini sendiri.

Seperti yang telah di kemukakan dari 5 informan di atas salah satunya ketua komunitas ini sendiri di balik gaya hidup yang cukup mewah dan perilaku konsumtif yang di terapkan di setiap individu tentu terdapat perjuangan yang cukup melelahkan dimana mereka tentunya harus bekerja dan menabung terlebih dahulu untuk mendapatkan hasil yang sebelumnya mereka telah cita-citakan.

Di sisi lain mereka meluangkan waktu untuk ngumpul bersama ataupun *touring* juga tentu bermanfaat bagi komunitasnya sendiri maupun dari individu mereka sendiri untuk menambah wawasan baik itu seputar otomotif maupun solidaritas anatar anggota. Baudrillard (2018), menjelaskan bahwa perilaku

konsumtif saat ini tidak hanya di pengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pilihan rasional saja, akan tetapi terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan social yang mampu mengarahkan pilihan individu atas suatu komoditas.

Teori di atas sama halnya yang di kemukakan oleh informan bahwa mereka terlebih dahulu lebih memilih bekerja kemudian menabung untuk mendapatkan motor yang selama ini mereka telah impikan. Chaney (2017). Mengatakan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan dapat pula menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Senada dengan pernyataan Chaney pada kutipan wawancara di atas juga menunjukkan bahwa gaya hidup informan telah menentukan pilihan konsumsinya, hal tersebut dapat dilihat dari cara mereka membeli motor seperti Kawasaki KLX mereka menggunakan merek sepeda motor ini untuk menambah kepercayaan diri mereka sesuai dengan pendapat informan sendiri.

Hal ini tentunya memiliki kesamaan dengan pernyataan yang telah di ungkapkan Chaney, dimana gaya hidup dapat mempengaruhi pola konsumsi seseorang.

Kutipan pernyataan informan diatas memberikan arti bahwa memiliki minat yang sama mengenai gaya hidup antar individu, Bagi informan hobi merupakan suatu hal yang sudah diniati sehingga harus terpenuhi, pernyataan informan juga menyiratkan bahwa informan tidak peduli harus dengan cara yang seperti apa agar hobi yang sudah di niatinya dapat tercapai. Pernyataan informan juga memberikan makna bahwa adanya pengorbanan yang harus dilakukan demi tercapainya hobi terhadap motor dari Kawasaki KLX tersebut.

Tindakan atau kegiatan yang demi mendapatkan atau memenuhi kebutuhan hobinya terdapat kesadaran informan bahwa untuk mendapatkan motor dengan jenis tertentu atau agar dapat memenuhi kebutuhan hobinya dibutuhkan pengorbanan. Di sisi lain ada juga anggota komunitas Kawasaki ini membeli atau mendapatkan motor yang di inginkan melalui dana dari orang tua atau keluarga. Salah satu pendapat informan mengenai produk motor Kawasaki KLX ini yaitu sejak kecil memang sudah menyukai jenis sepeda motor trail ini informan mengatakan dari kecil memang suka melihat adventure trail atau trabas baik itu di media televisi maupun melihat secara langsung.

Pernyataan diatas, informan berusaha menunjukkan niat dan hobinya. Pernyataan informan juga menunjukkan mengenai fungsi dari motor Kawasaki KLX yang dimilikinya, informan mengatakan selain akses jalan ke kampung informan yang masih *extreme* jug masih banyak hal atau alasan informan sehingga memilih jenis motor Kawasaki KLX ini untuk di gunakan berkendara.

Perilaku konsumtif dan gaya hidup pada komunitas motor Kawasaki ini memang cukup dibilang berbeda dari masyarakat umum yang lainnya mereka menggunakan suatu produk yang di hasilkan baik itu dari dana orang tua maupun dana sendiri sebagai *symbol* komunitas dari mereka dan juga di gunakan sebagai penunjang hobi mereka sendiri.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai perilaku konsumtif dan gaya hidup pada anggota komunitas motor Kawasaki supermoto independent, dengan ini peneliti menyimpulkan bahwa anggota komunitas motor Kawasaki ini memiliki pola pikir yang cukup berbeda di bandingkan dengan pengguna motor Kawasaki pada umumnya, mereka menggunakan sepeda motor ini sebagai *symbol* atau penunjang untuk menjalani hobi mereka dan di satu sisi mereka menggunakan sepeda motor ini untuk dapat bergabung di komunitas ini dan juga sebagai tali untuk mempererat silaturahmi antar individu.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai perilaku konsumtif dan gaya hidup terhadap anggota komunitas motor Kawasaki Supermoto independent adalah sebagai berikut :

- a. Sebaiknya anggota komunitas motor Kawasaki belajar lebih dalam lagi dalam manajemen keuangan atau pengeluarannya agar meminimalisir terjadinya pembrosan maupun aktivitas gaya hidup yang tidak diperlukan dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Sebaiknya anggota komunitas motor Kawasaki ini bekerjasama dengan perusahaan PT. Kawasaki yang ada di Kota Makassar agar komunitas ini bisa lebih dikenal lagi dikalangan masyarakat umum, sebab jika ada pameran motor pihak PT. Kawasaki ini dapat mengundang komunitas motor ini untuk diperlihatkan di publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariesta, R. P. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Vol. 1, Issue 1)*. Universitas Negeri Semarang.
- Annisa, Z. (2018). *Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk K-Pop Pada Mahasiswa Perempuan Penggemar K-Pop [Doctoral Dissertation]*. Universitas Islam Indonesia.
- Alamanda, Y. (2018). *Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif*. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(2), 273-279.
- Asep Sahrudin, (2016). *Implementasi strategi pembelajaran discovery untuk meningkatkan kemampuan pemecahan masalah matematis dan motivasi belajar siswa SMA*. *Jurnal Pendidikan Unsika* 2(1):3.
- Arikunto, Suharsimi, (2017). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka cipta
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Arianty, N., Jasin, H., Nasution, P. L. K., & Christiana, I. (2016). *Manajemen Pemasaran (1st ed.)*. Perdana Publishing.
- Ancok. (2015). *Nuansa Psikologi Perkembang*. Pustaka Pelajar.
- Asih & Pratiwi, (2017). *Perilaku pososial ditinjau dari empati dan kematangan emosi*. *Jurnal psikologi*, volume 1, No 1. Kudus : universitas muria kudus.
- Assauri, sofjan, (2017). *Manajemen pemasaran*. Rajawali pers, Jakarta.
- Assauri, S.(2015). *Manajemen Pemasaran: dasar, konsep, dan strategi*. Jakarta : raja grafindo persada.
- Agustine Ferdinand, (2016). *Metode penelitian manajemen : pedoman penelitian untuk skripsi, teisis dan disertai ilmu manajemen*, Undip.
- Abzahari, (2017). *Analisis pengaruh media sosial pada sikap merek dan minat beli konsumen*. *Jurnal sosial dan ilmiah*, 1(43),822-830.
- Baudrillard,J.P.(2018). *Masyarakat Konumsi*. Yogyakarta: Kreasi wacana.
- Buchari Alma., (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabet.
- Bungin, b. (2012). *Analisis data penelitian kualitatif*..Jakarta: PT Raja Grafindo persada.
- Basuki, sulistyoyo, (2016). *Metode penelitian*. Jakarta : wedatama widya sastra.

- Barasella, Diana. (2017). *System informasi Kesehatan (hal. 35, 64-81)*, Jakarta: mitra wacana medika.
- Beaudion, P & Iachance, MJ. (2016). *Determinants of adolescents" brand sensitivity to clothing*.
- Basu swastha dan Irawan, (2018). *Manajemen pemasaran modern, edisi 2, Yogyakarta : Liberty*.
- Bales, Robert F., F (2016). *Interaction process analysis : A method for the study of smaal groups, Cambridge : Addilson-wesley*.
- Creswell, John W, (2015). *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Traditions, Sage Publication, California*.
- Chaplin, J, P. (2017). *Kamus lengkap psikologi (terjemahan kartini kartono)*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Chaney, D. (2017). *Lifestyles Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Carter, William K. (2016). *Akuntansi biaya, edisi keempat bela, Jilid I, Terjemahan oleh krista, Jakarta, penerbit salemba Empat*.
- Cartwright, D dan A. zander (2017). *Group dynamics : Researh and Theory*. New York : Harper & Row Publisher.
- Dikria, O., & Mintarti, S. Umi. (2016). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013*.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabet.
- Danang Yudhintaro, (2018). Analisis pengaruh kesesuaian citra diri terhadap kesukaan merek dan kepuasan. Telaah bisnis. Volume 5. Nomor 2. Desember. UPN "vetetan". Yogyakarta.
- Dheany, Arumsari, (2018). *Analisis pengaruh kualitas produ, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua (studi pada konsumen thoko bakti mart KPRI bhakti praja provinsi jawa tengah)*. Skripsi fakultas ekonomika dan bisnis universitas diponegoro : semarang.
- Echdar saban, (2017). *Metode penelitian manajemen dan bisnis*. Cet, 1. Bogor: ghalia Indonesia.
- Fatmawati, B. S. (2020). *Dasar-dasar manajemen edisi revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Firmansyah, Anang, and Mahardika. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.

- Fardhani, P. R. & Izzati, U. A. (2013). *Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja (studi pada siswa kelas X1 SMA Trimurti Surabaya)*.
- Farida, I, & Purnomo,P. (2015). *Information literaty skills: dasar pembelajaran seumur hidup*.
- Fandy Tjiptono, (2015). *Strategi pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Glucksman, M. (2017). *The rise of social media influencer marketing on lifestyle branding : A Case study of lucie fink I. introduction II. Literature Review*. *Elon journal of undergraduate research in communications*.
- Gardner Luiz, (2018). *Bagaimana membangun dan membina citra diri yang positif*. Bandung. Pionir jaya.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). *Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku*. *Jurnal Psikologi*. Vol1.11 No.1,5-11.
- Hidayati, R. (2018). *Kesehatan Sosial - Emosional (Social Emotional Health) dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa*. Skripsi
- Holland, John,L.(2017). *Pisikologi pemilihan karier.diterjemahkan : dewa ketut sukardi*. 1993. Jakarta: rineka cipta
- Herek, G.M. & Glunt (2017). *Demograpich, psycological and social characteritstics of self-identified lesbian, gay, and bisexual adult in a US probability sample*. *Journal of sexuality research and social policy*. New York: springer publisher.
- Hurlock, Elizabeth B. (2017). *Psikologi perkembangan : suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan Jakarta*.
- Hasan, Imam Yulfi, (2017). *Pengaruh promotion mix terhadap minat beli*. Bandar lampung : fakultas ekonomi dan bisnis universitas lampung.
- Irhmam, f, (2016). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ichsan, M. (2015). *Pengaruh perlakuan varietas dan rhizobakteri terhadap pertumbuhan dan hasil tanaman cabai merah (capsicum annum L.) [skripsi] : fakultas pertanian*. Universitas syiah kuala darrusalam banda aceh.
- Irawan, Denny dan Japrianto, Edwin (2016). *Analisa pengaruh kualitas produk terhadap loylitas melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada pelanggan restoran por kee Surabaya jurnal manajemen pemasaran*.
- Idrus, M, (2018). *Hubungan kepercayaan diri remaja dengan pola asuh orangtua etnis jawa*. Naskah publikasi, univeritas sarjanaiyata taman siswa.

- Iriantara,yosal (2018). *Community relation konsep dan aplikasinnya*. Bandung : simbioasa rekatama media.
- Jaya, U. A., & Astira, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki di Kota Tangerang*.
- Julius, R, (2020). *Bank dan Lembaga keuangan lain, Jakarta: salemba Empat*.
- Kertajaya, Hermawan, (2016). *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Gramedia putaka umum: Jakarta.
- Kotler, philp (2016). *Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi keseblas, Jakarta, P.T Indeks Granmedia*.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2016). *Principles of Marketing, 15th Pearson Education Limited*.
- Kotler, P Dan K.L. Keller.(2015). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 13, Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Keller, (2017). *Manajmen pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kanserina ,Dias. (2015).”*Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015*. Vol.5, Nomor 1.
- Krisdiantoro, D. (2016). *Pengaruh Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif*. Skripsi: Unniversitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Kurniawan, C. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa*. Jurnal Media Wahana Ekonomika, 13(4), 107–118. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31851/jmwe.v13i4.2709>
- Kotler, Philp.,Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen pemasaran*. jilid kedua, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, philp dn kevin lane Keller, (2016). *Manajemen pemasaran edisi 12 jilid 1 & 2*. Jakarta : PT. Indeks
- Kasali,R, (2016). *Membidik pasar Indonesia*. Jakarta : Gramedia Pustaka Umum.
- Kootler, P, (2017). *Manajmen pemasaran. Edisi millennium*. Jilid 2. Terjemahan teguh dkk. Jakarta : prenhalindo.
- Kotler, & Armstrong, (2014). *Manajemen pemasaran*. Edisi 15. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Koentjaraningrat (2018). *Sejarah teori antropoogi I*. Jakarta : UI-Press. (1997), pengantar antropologi II, Jakarta : Rineka Cipta.

- Kamsah, Dato Dr. Mohid fadzillah, (2015). *Tip menjadi individu menarik*. PTS Millenia SDN. BHD.
- Kusumaningtyas, R. (2019). *Hubungan konsep diri dengan minat membeli produk fashion bermerek terkenal pada remaja*. Skripsi (tidak diterbitkan). Semarang: fakultas psikologi UUNES.
- Kartajaya, Hermawan, (2017). *Marketing in venus*. Jakarta : Mark Plus & co.
- Loekmono, L, (2018). *Percaya pada diri sendiri*. Salatiga : Pusat bimbingan universitas Kristen satya wacana.
- Lamb, Charles. W. Et.Al. (2018). *"Pemasaran"*. Buku edisi pertama. Penerbit salemba empat. Jakarta.
- Lin, T,B.,Jen-Yi,L., Deng, F.,& Lee, L., (2018). *Understanding new media literacy : An explorative theoretical framework*. Journal of educational technology & society, 16 (4), 160.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offse*.
- Munandar, & chadafi (2016). *Pengaruh harga, celebrity endorse, kepercayaan, dan psikologi terhadap keputusan pembelian online shop di media social Instagram*.
- Monks, FJ., A.M.P. knoers, dan siti rahayu haditomo, (2016). *Psikologi perkembangan : pengantar daam berbagai bagiannya*. Yogyakarta : Gaja Mada University Perss.
- Mubarak, W, I & Iqbal, (2015), *ilmu keperawatan komunitas pengantar dan teori*. Jakarta : salemba medika.
- Novriansyah,Y,Asman.M.,& Isman,I.(2022). *Kepercayaan merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki klx di kabupaten merangin*. Jurnal akuntansi ekonomi dan manajemen bisnis. 2(2),210-218.
- Nurbaity, F., Bungin, B., & Satvikadewi, A. P. (2016). *Persepsi Anggota Club Motor Terhadap Gaya Hidup Komunitas di Surabaya*.
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). *Psychological meaning of money dengan gaya hidup hedonis remaja*. Seminar Psikologi & Kemanusiaan.
- Ni Luh Julianti (2014). *Pengaruh store atmosphere dan atribut produk terhadap minat beli konsumen pada toserba nusa permai*. Jurnal Vol. 4 No. 1
- Puranda, N.R dan Madiawati, P.N. (2017). *Pengaruh Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah*
- Pulungan, Delyana Rahmawany, and Hastina Febriaty.(2018). *"Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa."*

Jurnal Riset Sains Manajemen Vol.2 No.3 .(ISSN 2597-4726): 103-10.
<http://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>.

- Pratiwi, G. I. (2015). *Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Motor Bike of Kawasaki Riders Club(BKRC) Chapter Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Pambudi, Tian Loga Wicak. (2017). *Pengaruh Hasil Belajar Ekonomi Dan Kelompok Referensi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X SMA Negeri 3 Boyolali. Skripsi*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta : Salemba Empat.
- Pranoto, W. & Mahardayani I. H. (2017). *Perilaku konsumen remaja menggunakan produk fashion bermerek di tinjau dari kepercayaan diri*. Jurnal psikologi, univeitas Muhammadiyah Surakarta
- Panda (2017). *The role of consumer-brand engagement towards driving brand loyalty : mediating effect of relationship quality*. Journal of modelling in management, 14(4), 987-1005.
- Rochester, Maxine & Willard, praticia (2018). *Community organization and information : result of a study*. The Australian library journal , 47 agustus : 254-263
- Rangkuti, Freddy, (2019). *Strategi promosi yang kreatif & analisis kasus-integrated marketing communication*. Jakara : PT Granmedia Pustaka Umum.
- Shaleh, M. (2017). *Pengaruh Product, Price, Power, Dan Public Relation Terhadap Peningkatan Penjualan Motor Kawasaki Pada PT. Diana Indonesia Makassar*.
- Sugiyono (2019) . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alphabet.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian, Kualitatif, dan R%D*. Bandung: Alfabeta,CV.
- Sugiyono, (2013), *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA).
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*.Jember: Pustaka abadi
- Syaiful Ramadhan, A. (2015). *Hubungan Gaya Hidup Konsumtif Dengan Harga Diri Masiswa Fakultas Psikologi Universitas "X."*
- Simamora, H. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 1. Yogyakarta: STIE YKPN Yogyakarta.
- Siregar,S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Predana Media Group.

- Soerjono Soekanto.(2017). *Pengantar penelitian Hukum, Universitas Indonesia, Jakarta.*
- Sumarwan, Ujang. (2017). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.* Bogor: Ghalia Indah.
- Sukandarrumidi. (2018). *Metode penelitian.* Yogyakarta : gadjah mada university press.
- Sutisna, (2018). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran.* Bandung : Alfaberta.
- Susanto, Ahmad. (2016). *Teori belajar dan pembelajaran.* Jakarta: prenada media group.
- Suprapti, Sri. (2017). *Perilaku konsumen.* Denpasar. Udayana university press.
- Slameto (2015). *Belajar dan factor-faktor yang mempengaruhinya.* Jakarta rajagrafindo persada.
- Schiffman, leon, & kanuk, Leslie Lazar, (2018). *Consumer behavior, 7 th edition (perilaku konsumen).* Jakarta : PT. indeks.
- Strasinger, S.K. dan Lorenzo, M.S. (2016). *Urinalisis dan cairan tubuh.* Alih Bahasa : D.Ramdhani, N.B. Subekti. Jakarta : EGC
- Sangdaji dan sopiah, (2018). *perilaku konsumen, pendekatan praktis disertai : himpunan jurnal penelitian.* Yogyakarta : Andi.
- Suyono, sri sukmawati dan parmono (2015). *Pertimbangan dalam membeli produk barang maupun jasa.* Jakarta : intidayu press.
- Simamora, S, (2017). *Sosiologi suatu pengantar.* Jakarta : bina aksara.
- Suharno & Yudi sutarso. (2017). *Marketing in practice.* Graha ilmu. Yogyakarta.
- Sarosa, H.,Endang. (2014). *Biostatik.* Semarang. Tidak di publikasikan.
- Soernano, (2017). *Kekuatan komunitas sebagai pilar pembangunan nasional.* Jakarta.
- Suyetty, Gita Kurniawan (2016). *Bekerjasama dengan kolega dan pelanggan.* Bogor. Yudhistira.
- Saputra, R. (2018). *Pengaruh iklan dan citra merek terhadap minat beli konsumen poduk merek honda (survei konsumen pada dealer Cv. Cempaka motor di kabupaten sijunjung).* Jom fisip Vol. 5 No.1.17.
- Schiffman, Leon G. and Lesile Lazar Kanuk (2018). *Consumer brhavior 7th edition (perilaku konsumen).* Jakarta : PT. Indeks.
- Stanton, William. J. (2017). *Prinsip pemasaran edisi ketujuh, jilid 1, alih Bahasa: sadu sundaru,* Jakarta : Erlangga

- Sutarno NS. (2016). *Perpustakaan dan Masyarakat*. Jakarta : sagung seto
- Schiffman dan Kanuk, (2017). *Perilaku konsumen (edisi7)*. Jakarta : Prentice Hall
- Setiadi dan parimin, (2018). *Bertaman melon*. Penebar swadya. Jakarta.
- Sutisna (2016). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Tuela, M., & Susilo, D. (2017). *Hyperreality: Pemaknaan dalam Penggunaan Game Pokemon Go*. Jurnal Kajian Media, 1(1).
- Taylor, Bernard W. (2016). *Sains manajemen : pendekatan matematika untuk bisnis, edisi kedua*. Jakarta: salemba empat
- Tjiptono, (2015). *Strategi pemasaran, edisi 4, Andi Offsert, Yogyakarta*.
- Tirto. Id, (2017). Memahami banyak hal tentang big data. (online). From <https://tirto.id/> memahami banyak hal dengan big data cm VQ. Diakses pada 22 maret 2018
- Tarun, Gupta, (2018). *Impact of celebrity endorsement on purchase decision : A study Among youth of Bareilly*. International journal of management, 4 (3): 1041-1046.
- Unyu, G.G.M. (2018). Gerilya melawan penndangkalan mana hidup. Dilaksanakan 13 oktober 2014 di peroleh dari .[http:// jsumardianti. Blogspot. Com /2008/01/referensi-buku-kompas-sabtu 20 september.html](http://jsumardianti.blogspot.com/2008/01/referensi-buku-kompas-sabtu-20-september.html)
- Wattimena, R. A. A. (2019). *Protopia Philosophia Berfilsafat secara Kontekstual (Tano (ed.))*. PT Kanisius.
- Windarti, T.,& Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen terhadap produk donat madu*. Jurnal online mahasiswa.
- Wilson, T.D. (2017). *Models in information behavior research*. Journal of educational enquiry.
- Wijaya, AS & putri Y.(2017). *Keperawatan medical bedah (keperawatan dewasa) teori dan contoh aspek*, Yogyakarta : Nuha medika
- Wijanarko E, (2017). *Analisis risiko keselamatan pengunjung terminal purabaya menggunakan metode hirach (hazard identification risk assesemnt and risk control)*. Tugas akhr jurusan industry teknologi sepuluh November Surabaya.
- Widya Dwi Rukmini Putri. (2018). *Pembuatan jelly drink avverhoa blimbi L. (kajian proporsi belimbing wuluh : air dan konsentrasi karagenaan)*. Universitas bajaya malang. Jurnal pangan dan agroindustry Vol.2(3).

Wenger, E. (2018). *Engagement, identity and innovation : Etienne wenger on communities of practice*. An interview by seth kahan in the journal of association leadership, January issue.

Yunus, Hadi Sabari. (2015). *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.

Yakub, J.B.(2018). *Pengantar system informasi*. Graha ilmu.

Yusuf, S. (2017). *Psikologi perkembangan anak dan remaja*. Bandung : Rosdakarya.

L A M P I R A N

Lampiran 1 Biodata Penulis**BIODATA PENULIS**

Identitas Diri

Nama : Hidayat Ashari
Tempat, Tanggal Lahir : Baliase, 14 september 1999
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : JL, Inspeksi pam tello
No hp : 085255351319
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Email : hidyatashari@gmail.com
Riwayat Pendidikan : 1. SDN 093 PANDAK
2. SMP NEG 2 BALIASE
3. SMA NEG 1 LUWU UTARA



Lampiran pedoman wawancara

Hidayat Ashari

Perilaku Konsumtif Indikator

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah
2. Membeli produk karena kemasannya
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status konsumen
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

Awal mulanya tertarik dengan motor kawasaki? Bagaimana perjuangan membelinya?

-Identifikasi masalah

- Apakah motor itu menjadi solusi untuk berkendara atau sekedar hobi?

-Pencarian informasi

- Pada saat mencari informasi tentang berbagai merek motor dan spesifikasinya melalui apa? (Pilihannya google, sosial media, info dari orang terdekat/ komunitas/ keluarga/ teman atau ke pameran ekspedisi atau berkunjung ke dailer)

-Evaluasi alternatif

- Setelah mendapatkan informasi mengapa pilihannya mengerucut pada motor kawasaki ini? Faktor apa yang mendukung?
1. Apakah sales men nya memberikan informasi yang lengkap dan pandai membujuk?
 2. Bagaimana penampakan dari visual motor in? apakah membuat tertarik? Jelaskan!
 3. Apakah ada pengaruh dari opini komunitas kawasaki atau influencer atau selebriti yang membuat anda tertarik untuk membeli mtor ini jelaskan!
 4. Menurut anda pentingkah untuk menjadi anggota komunitas motor untuk pergaulan, Meskipun manfaat atau kegunaan motor ini bisa juga didapatkan dari motor dengan jenis lain dengan harga yang lebih murah? Jelaskan!
 5. Apakah melakukan tes drive atau mencoba motor jenis yang berbeda

-penampilan diri

1. Pada saat transaksi motor kawasaki seri ini apakah anda merasa motor ini mahal dibandingkan dengan produk yang sejenis atau sepadan dengan fungsi dan mafaat terhadap harganya?
2. Menurut anda apakah harga motor bisa mempengaruhi citra diri seseorang di mata publik? Mengapa?
3. Dengan membeli motor kawasaki seri ini apakah bisa menaikkan gengsi atau citra diri anda?
4. Seberapa penting penampilan yang dihubungkan dengan penggunaan motor kawasaki seri KLX ini?
5. Apakah dengan membeli produk yang mahal bisa menumbuhkan rasa percaya diri?

-Evaluasi paska pembelian

1. Seberapa penting rekomendasi dari pihak lain (orang terdekat, influenser, selebriti ataupun komunitas motor ini secara online ataupun offline dalam proses pembelian anda)

Gaya hidup indikator

1. Aktivitas:
Bagaimana peran komunitas sebagai tempat menyalurkan hobi?
2. Minat
Apakah anggota komunitas ini memiliki minat yang sama pada saat bergabung di komunitas? Jelaskan seperti apa!
3. Pendapat:
Apa pendapat anda tentang pemilihan motor sebagai penunjang hobi dan apakah motor jenis ini membuat anda tampil berbeda? Jelaskan!

Lampiran Hasil Wawancara

Informan 1

HASIL WAWANCARA

Data Indentitas diri

Nama : Ayyub
Umur : 22 Tahun
Jenis kelamin : Laki-Laki
Jabatan : Ketua komunitas

DAFTAR PERTANYAAN

1. Awal mulanya kakak tertarik dengan motor Kawasaki? Bagaimana perjuangan membelinya?

Jawaban :

“ yang pertama itu saya tertrik dengan Kawasaki karena saya pertama lihat itu di televisi bagaimana caranya orang itu yang balapan motor cross itu awalnya saya tertarik di situ dan terus untuk perjuangannya yang saya dapatkan ini motor saya harus kerja dulu kerja sambil menabung jadi bisa seperti sekarang adami dana kita bisami dp begitu bayar cicilanya alhamdulillah sudah lunas mi jadi begitu awalnya kak”

Sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2015), menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen di mana konsumen memiliki keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang di tawarkan.

2. Apakah motor itu menjadi solusi untuk berkendara atau sekedar hobi ?

Jawaban :

“ kalau menurutku untuk motorkan hampir ji sama semua manfaatnya to jadi tergantung dari kita mauki pihh motor yang seperti bagaimana tapi kalau saya pribadi saya lebih suka memang motor yang jenisnya kayak laki banget begitue jadi saya ambil mi Kawasaki sebagai pilihanku untuk ambil motor”

Sejalan dengan teori Windarti dan Ibrahim (2017), bahwa kualitas produk merupakan kesesuaian kebutuhan dan keinginan pada setiap produk kedalam spesifikasi produk, kualitas produk adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa manusia dan lingkungan untuk memenuhi harapan konsumen.

3. Pada saat mencari informasi tentang berbagai merek motor dan spesifikasinya melalui apa? (pilihannya google, social media, info dari orang terdekat/komunitas/keluarga/ teman atau pameran ekspidisi atau berkunjung ke dailer)

Jawaban

“ ya jadi sebelumnya saya ambil ini motor kawasaki yang pertama saya harus survei dulu seperti kayak saya cari di google apa spesifikasinya Kawasaki dengan kompotitor-kompotitor lain kemudian saya cari-cari di sosial media dan memang saya tertarik di Kawasaki.

Sejalan dengan teori Wilson (2017), perilaku penemuan informasi adalah upaya menemukan informasi dengan tujuan tertentu sebagai akibat dari adanya kebuuhan tujuan tertentu.

4. Bagaimana proses pencarian informasinya ?

Jawaban

“ kalau untuk proses pencarian iformasinnya itu kan sekarang mi eranya digital to jadi cari informasi kayaknya lebih mudah mi itu cari informsi bisa melalui google situs web nya Kawasaki langsung atau mungkin dari social media lain-lan.

Sejalan dengan teori Auster (2017). Kajian mengenai perilaku penemuan informasi adalah suatu kajian yang berkaitan dengan siapa yang membutuhkan iformasi, jenisnya apa dan untuk alasan apa, bagaimana informasi dapat di temukan, di evaluasi dan di gunakan dan bagaimana kebutuhan-kebutuhan ini dapat di identifikasi dan di penuhi.

5. Apakah sales man nya memberikan informasi yang lengkap dan pandai membujuk ?

Jawaban

“ya jadi pertamanya itu saya mau beli Kawasaki ee saya kan ke dealer terus saya bertanya sama sales man nya kira-kira apa kelebihan nya Kawasaki dan menurut saya cara dia menyampaikan informasi kepada saya membuat saya tertarik jadi akhirnya saya beli mi Kawasaki”.

Sejalan dengan teori Sutisna (2018). Usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama kepada konsumen sasaran mengenai keberadaan produk di pasar.

6. Bagaimana penampakan dari visual motor in? apakah membuat tertarik?
Jelaskan!

Jawaban

" ya kalau di lihat memang secara kasat mata mungkin lebih tertarik ki untuk laki-laki itu dari segi motor seperti trail dan seperti dan seperti peluncuranya Kawasaki kan suda adami seperti Kawasaki KLX dtarker dan lain-lain jadi menurutku itu Kawasaki kayak mencermikan kita pengendara kaya laki-laki begitu”.

Engel dalam Nih Luh Julianti (2014), bahwa minat beli sebagai kekuatan pendorong atau sebagai motif yang bersifat instristik yang mampu mendorong seseorang untuk menaruh perhatian secara spontan, wajar, mudah, tanpa paksaan dan selektif pada suatu produk untuk kemudian mengambil keputusan pembelian.

7. Apakah ada pengaruh dari opini komunitas kawasaki atau influencer atau selebriti yang membuat anda tertarik untuk membeli motor ini jelaskan!

Jawaban

“ kalau untuk tertarik dari influencer kayaknya tidak adaji yang saya dapat dari influencer dan lain-lain itu cuman memang dari dulu saya tertarik di Kawasaki karena itumi yang saya jelaskan dari awal yang saya lihat di televisi itu motor cross kan kalau motor cross terlalu mahal untuk kita toh jadi mungkin saya alihkan mi itu ke pilihan ku Kawasaki.”

Sejalan dengan teori yang di kemukakan Susanto (2016), minat beli merupakan proses perencanaan pembelian suatu produk yang akan di lakukan oleh konsumen dengan mempertimbangkan beberapa hal, di antaranya adalah banyak unit produk waktu tertentu, merek, dan sikap konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut.

8. Menurut anda pentingkah untuk menjadi anggota komunitas motor untuk pergaulan, Meskipun manfaat atau kegunaan motor ini bisa juga didapatkan dari motor dengan jenis lain dengan harga yang lebih murah? Jelaskan!

Jawaban

“kalau menurut saya kan saya anak komunitas jadi mungkin anak-anak yang lain itu yang tidak punya komunitas bisa bergabung dikomunitas untuk mencari informasi shering-shering begitu jadi ini juga komunitas sebagai wadah untuk kita menyalurkan hobi supaya bisa lebih positif kedepannya.

Sejalan dengan teori Kertajaya Hermawa (2016), komunitas ini merupakan suatu kelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, yang mana dalam sebuah komunitas tersebut terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut disebabkan karena adanya kesamaan *interest* atau *values*.

9. Apakah melakukan tes drive atau mencoba motor jenis yang berbeda

Jawaban

“ kalau mencoba jenis motor yang berbeda mungkin suda banyak mi motor yang di coba tapi ya kalau mau di bilang soal spesifikasi ya mungkin saya lebih tertarik memang di motor jenis koplinc Kawasaki.”

Dari penjelasan di atas sejalan dengan teori Wilkie dalam Suprapti (2017), menyatakan perilaku konsumen menggambarkan berbagai aktivitas yang di lakukan orang-orang ketika memilih, membeli, dan menggunakan barang dan jasa sehingga memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

10. Pada saat transaksi motor kawasaki seri ini apakah anda merasa motor ini mahal dibandingkan dengan produk yang sejenis atau sepadan dengan fungsi dan mafaat terhadap harganya?

Jawaban

“kalau menurut saya kak kan saya memakai Kawasaki dtraker memang harganya Kawasaki dtrakrer itu lebih mahal dari pada kompotitor lain cuman dibandingkan dengan kompotitor lain spesifikasinya dari motor Kawasaki lain itu spesifikasinya lebih bagus ki karena dia masih menggunakan karbu toh karena kita lihat karbu kan lebih enak untuk di modif atau bagaimana jadi itumi yang bikin tertarik juga.”

Sejalan dengan teori Kotler & Keller (2013), kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memperagakan fungsinya.

11. Menurut anda apakah harga motor bisa mempengaruhi citra diri seseorang di mata publik? Mengapa?

Jawaban

“ kalau menurut saya kak tidak adaji permasalahan mengenai harga motor cuman tergantung dari kita bagaimana cara ta kita enaki melihat motor ta sendiri jadi ndk ada ji masalah mau motor mahal motor murah tapi kalau kita nyaman dengan yang murah kenapa tidak.”

Sejalan dengan teori Pratiwi (2017), loyalitas merek merupakan reaksi atau akibat dari terciptanya kepuasan pelanggan sebagai implementasi dari keberhasilan pelayanan yang berkualitas dalam memenuhi harapan pelanggan.

12. Dengan membeli motor kawasaki seri KLX ini apakah bisa menaikkan gengsi atau citra diri anda?

Jawaban

“kalau bicara citra mungkin saya juga lebih percaya diri menggunakan motor Kawasaki to jadi mungkin itumi yang bikin kasi naik citra diri ta dari segi penampilan motor.”

Sejalan dengan teori Chaplin (2017), citra diri dalah jatih diri seperti yang di gambarkan atau yang di bayangkan.

13. Seberapa penting penampilan yang dihubungkan dengan penggunaan motor kawasakii seri KLX ini?

Jawaban

“ kalau menurut saya penampilan nya itu itukan yang membuat kita sebagai customer tertarik membeli suatu produk dari tampilannya jadi

mungkin dari segi tampilan itu memang harus ki kayak lebih apa di tampilan memang sangat berpengaruh lah untuk kita customer untuk membelih.”

Dari jawaban dapat di kaitkan dengan pendapat Chaney (2015), dalam sebuah gaya hidup, penampilan merupakan salah satu hal yang paling penting, sebab dengan gaya seseorang bisa menunjukkan siapa dirinya.

14. Apakah dengan membeli produk yang mahal bisa menumbuhkan rasa percaya diri?

Jawaban

“kalau bicara jujur mungkin kalau kita belih yang mahal mungkin agak percaya diri ta meningkat cuman Kembali lagi dari bagaimana nyamannya kita toh apakah kita nyaman pada produk yang mahal atau kita nyamannya memang standart ji cuman kualitasnya bagus.”

Sejalan dengan teori Wijaya Fiftina (2017), mendefinisikan kepercayaan diri adalah kekuatan keyakinan mental seseorang atas kemampuan dan kondisi dirinya dan mempunyai pengaruh terhadap kondisi dan perkembangan kepribadian sesorang secara keseluruhan.

15. Seberapa penting rekomendasi dari pihak lain (orang terdekat, influencer, selebriti ataupun komunitas motor ini secara online ataupun offline dalam proses pembelian anda)

Jawaban

“ kalau bicara penting sebenarnya memang penting dari segi influencer atau yang lain-lain yang kita sebutkan cumin dari saya pribadi itu itukan sebagai nilai plus mi juga dari kita customer kalau kita melihat orang yang kita lihat kayak influencer yang pakai berarti ada jaminan bahwa tu memang barang berkualitas karena memang suda di pakai influencer.”

Sejalan dengan teori Glucksman (2017), mengatakan bahwa influencer marketing, proses identifikasi yang melibatkan dan mendukung

individu dalam menciptakan komunikasi dengan pelanggan merek merupakan trend yang berkembang yang di gunakan dalam hubungan masyarakat.

16. Bagaimana peran komunitas sebagai tempat menyalurkan hobi?

Jawaban

“ kalau peran komunitas sekarang di era sekarang kan banyak yang di bilang balapan liar atau genk motor jadi menurut saya itu komunitas berperan penting untuk kita anak-anak mudah untuk saling menyalurkan hobi karena dapat juga menimbulkan ee apa di menimbulkan juga plink positif lah dari pada orang-orang yang tidak berkomunitas bukan di bilang kita komunitas ini lebih bagus dari orang yang tidak berkomunitas bukan kan komunitas ini sebagai sarana untuk anak-anak mudah dan yang lain-lain untuk menyalurkan hobi menurut saya itu juga komunitas penting juga.”

Ichsan (2015), tujuan pengendara sepeda motor mendirikan komunitas adalah karena para pengendara sepeda motor tersebut memiliki ideologi atau pemikiran yang sama yaitu kecintaan terhadap motor.

17. Apakah anggota komunitas ini memiliki minat yang sama pada saat bergabung di komunitas? Jelaskan seperti apa !

Jawaban

“kalau bicara komunitas om pasti orang-orang yang bergabung di komunitas pasti kita memiliki minat yang sama kalau dia tidak punya minat yang sama untuk apa mereka gabung di komunitas.”

Slameto (2015), minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan, kegiatan yang diminati seseorang di perhatikan terus menerus yang di sertai dengan rasa senang.

18. Apa pendapat anda tentang pemilihan motor sebagai penunjang hobi dan apakah motor jenis ini membuat anda tampil berbeda? Jelaskan!

Jawaban

“Kalau menurut saya sendiri Kawasaki adalah pilihanku karena memang dari segi spesifikasi dan tampilan lebih tertarik ka dengan Kawasaki dari pada motor-motor lain lain maka itumi lebih saya pilih Kawasaki.”

Kasali (2016), gaya hidup dan kepemilikan barang-barang mewah untu saat ini suda merupakan bentuk pengaktualisasian diri agar di anggap dapat meningkatkan status sosialnya dalam kehidupan bermasyarakat.

Lampiran Hasil Wawancara

Informan 2

HASIL WAWANCARA

Data Indentitas diri

Nama : Fadli
 Umur : 23 Tahun
 Jenis kelamin : Laki-Laki
 Jabatan : Anggota komunitas

DAFTAR PERTANYAAN

1. Awal mulanya kakak tertarik dengan motor Kawasaki? Bagaimana perjuangan membelinya?

Jawaban

“ Ya kalau untuk perjuangan sih pasti mati matian karena keinginan sendiri juga makanya harus berusaha bagaimana bisa membelinya”

Sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2017), minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian

2. Apakah motor itu menjadi solusi untuk berkendara atau sekedar hobi ?

Jawaban

“ kalau bisa sih dua duanya sih karena sekalian berkendara atau pun hobi karena memang juga hobi di motor.”

Sejalan dengan teori john L. holland (2017), hobi adalah aktivitas yang di jalankan oleh seseorang di luar pekerjaannya yang mampu memberikan kepuasan emosional dan intelektual.

3. Pada saat mencari informasi tentang berbagai merek motor dan spesifikasinya melalui apa? (Pilihannya google, sosial media, info dari orang

terdekat/ komunitas/ keluarga/ teman atau ke pameran ekspedisi atau berkunjung ke dailer)

Jawaban

“kalau saya pribadi dari saya sendiri saja sih cuman langsung ke deler saja tidak mau menyusahkan orang.”

Schiffman dan Kanuk (2018), berpendapat bahwa motivasi merupakan kekuatan penggerak dalam diri seseorang yang memaksanya untuk bertindak, khususnya tindakan-tindakan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

4. Bagaimana proses pencarian informasinya ?

Jawaban

“lancer sih aman-aman karena dari dulu memang ingin membeli motor ini kalau untuk pencarian informasinya kan sekarang semuanya sudah canggih bisa dilihat melalui internet seperti google, youtube dan masih banyak lagi lah kalau kita mau cari informasinya.”

Menurut Olson dalam Sangdaji (2018), yang dimaksud keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, perilaku sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.

5. Apakah sales man nya memberikan informasi yang lengkap dan pandai membujuk ?

Jawaban

“ kalau salesnya ya lengkap sih cuman kalau mau di bilang pandai membujuk ndk terlalu karena memang dari dulu minat.”

Sejalan dengan teori Assauri (2017). Pemasaran adalah sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat

kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.

6. Bagaimana penampakan dari visual motor ini? apakah membuat tertarik? Jelaskan!

Jawaban

“ Tertarik sih karena lebih enak di pake maksudnya enak di pake jauh begitu ndk terlalu membebankanki dan juga memang dari dulu memang saya lebih suka motor yang modelnya trail.”

Assael sukrawati dan suyono dalam pramono (2015), minat beli adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan merek di antara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan.

7. Apakah ada pengaruh dari opini komunitas kawasaki atau influencer atau selebriti yang membuat anda tertarik untuk membeli motor ini jelaskan!

Jawaban

“ artis sih ada judika karena memang judika dri dulu memang hoby trail banyak itu konten-kontennya di youtube jadi saya juga tertarik di situ.

Sejalan dengan pendapat Munandar an chadafi (2016), menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga, celebrity endorser, kepercayaan merek dan psikologi.

8. Menurut anda pentingkah untuk menjadi anggota komunitas motor untuk pergaulan, Meskipun manfaat atau kegunaan motor ini bisa juga didapatkan dari motor dengan jenis lain dengan harga yang lebih murah? Jelaskan!

Jawaban

“ kalau saya pribadi sih mungkin lah karena kebutuhan yang pakai motor-motor begini banyak jadi lebih ringan cari untuk teman-teman pergaulan begitu.”

Simamora (2017), jadi dapat di simpulkan bahwa komunitas merupakan suatu kelompok yang ada dalam masyarakat dalam wilayah tertentu yang mempunyai keinginan untuk bertindak bersama sama guna mencapai tujuan yang di harapkan.

9. Apakah melakukan tes drive atau mencoba motor jenis yang berbeda

Jawaban

“ pernah sih kalau tes drive dan juga kebetulan di rumah ada motor metik nah itu juga yang biasa saya bawah keliling-keliling.

Sejalan dengan teori Sofjan Assauri (2015), kebanyakan produk disediakan atau diadakan pada mulanya berawal pada satu diantara empat tingkat kualitas yaitu kualitas rendah, kualitas rata-rata, kualitas baik, dan kualitas sangat baik.

10. Pada saat transaksi motor kawasaki seri KLX ini apakah anda merasa motor ini mahal dibandingkan dengan produk yang sejenis atau sepadan dengan fungsi dan mafaat terhadap harganya?

Jawaban

“ kalau soal harga tergantung sesuai pabrikan sih kak karena beda-beda dan memang saya rasa motor ini kalau dibandingkan dengan harga sama fungsinya memang cukup sepadan dan memang ini motor agak lebih mahal la di banding motor jenis lainnya.”

Kotler dan keller (2016), menyatakan bahwa harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan probabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proposal nilai suatu produk.

11. Menurut anda apakah harga motor bisa mempengaruhi citra diri seseorang di mata publik? Mengapa?

Jawaban

“ berpengaruh sih kayak di pandang seblah begitu dan memang juga pada saat mengendarai motor ini memang lebih percaya diri di banding motor-motor lainnya begitu.

Sejalan dengan teori Idrus (2018), individu yang percaya diri biasanya selalu bersikap optimis dan yakin akan kemampuannya dalam melakukan sesuatu.

12. Dengan membeli motor kawasaki seri KLX ini apakah bisa menaikkan gengsi atau citra diri anda?

Jawaban

“ lebih ke gengsi sih kayak semacam pd begitu lebih pd saat berkendara kalau menggunakan motor ini.”

Pranoto dan mahardayani (2017), perilaku konsumen remaja menggunakan produk fashion bermerek di tinjau dari kepercayaan diri dan hasilnya menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara perilaku konsumen remaja menggunakan produk fashion bermerek dengan kepercayaan diri.

13. Seberapa penting penampilan yang dihubungkan dengan penggunaan motor kawasaki seri KLX ini?

Jawaban

“ tergantung dari penampilan sih bagaimana cocoknya tapi kalau menggunakan motor ini penampilan kita memang agak lebih keren di banding iu kak menggunakan merek sepeda motor lainnya.”

Suharno dan Sutarso (2017), atribut produk adalah pengembangan suatu produk perlu dilakukan dengan mendefinisikan manfaat yang akan di tawarkan yang dikomunikasikan dan disampaikan melalui atribut produk, seperti kualitas, fitur, gaya dan desain.

14. Apakah dengan membeli produk yang mahal bisa menumbuhkan rasa percaya diri?

Jawaban

“kalau saya itu sudah pasti kak lebih percaya diri saat menggunakan motor ini karena memang motor ini bisa menambah kepercayaan diri kita kalau kita mengendarainya kak.”

Sejalan dengan teori Loekmono dalam sari (2018), kepercayaan diri adalah sikap positif seseorang individu yang memungkinkan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan atau situasi yang di hadapinya.

15. Seberapa penting rekomendasi dari pihak lain (orang terdekat, influenser, selebriti ataupun komunitas motor ini secara online ataupun offline dalam proses pembelian anda)

Jawaban

“ramah-ramah sih baik dan juga sebelum saya membeli motor ini saya juga sempat-sempat tanyakan sama teman-teman saya tentang ini kelebihan dan kekurangan motor yang saya gunakan saat ini.”

Sejalan dengan pendapat Lamb (2015), faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan.

16. Bagaimana peran komunitas sebagai tempat menyalurkan hobi?

Jawaban

“ ya kalau komunitas kan bagus kemudian memperluas solidaritas ataupun teman kan kami juga di komunitas ini sering biasa melakukan touring ke daerah-daerah nah di situ mi biasa kami salurkan hobi kami.”

Rochester, Maxine dan Willard, praticia (2018), komunitas juga dapat diartkan sebagai kelompok khusus dari orang-orag yang tinggal dalam

wilayah tertentu yang memiliki kebudayaan dan gaya hidup yang sama, sadar sebagai satu kesatuan serta dapat bertindak secara kolektif dalam usaha mencapai suatu tujuan.

17. Apakah anggota komunitas ini memiliki minat yang sama pada saat bergabung di komunitas? Jelaskan seperti apa !

Jawaban

“ kalau minat sih mungkin sama karena memang tujuan kami masuk komunitas pasti ini ada tujuannya pasti tujuannya membangun solidaritas sesama teman.”

Herek & Glunt (2017), komunitas memiliki beberapa pengertian seperti adanya lokasi geografis, keanggotaan pada organisasi sosial tertentu dan sekumpulan individu yang memiliki perasaan bersama dan karakteristik sama.

18. Apa pendapat anda tentang pemilihan motor sebagai penunjang hobi dan apakah motor jenis ini membuat anda tampil berbeda? Jelaskan!

Jawaban

“ kalau hobi sih hobi tapi jelas pasti kayak tampil bedalah karena sudah beda mi dengan motor-motor yang lain dan memang hobi saya dari dulu memang ada di motor ini begitu.”

Sarosa (2014), keunikan produk adalah nilai tambah yang membuat produk tampil beda di bandingkan dengan pesaing lain.

Lampiran Hasil Wawancara

Informan 3

HASIL WAWANCARA

Data Identitas diri

Nama : Jihan
 Umur : 22 Tahun
 Jenis kelamin : Perempuan
 Jabatan : Anggota komunitas

DAFTAR PERTANYAAN

1. Awal mulanya kakak tertarik dengan motor Kawasaki? Bagaimana perjuangan membelinya?

Jawaban

“ ee perjuangannya itu dari orang tua ji sebenarnya cuma itu saya tertarik dengan motor trail kayak gini karena apa di kayak sekedar suka saja lihat dari kecil aa suka lihat itu yang dibidang trabas kan aa suka lihat orang trabas dari situ tertarik”

Ferdinand (2016), minat beli konsumen dapat di artikan sebagai minat beli yang mencerminkan hasrat dan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk.

2. Apakah motor itu menjadi solusi untuk berkendara atau sekedar hobi ?

Jawaban :

“ ya kalau saya pribadi pasti motor ini menjadi kebutuhan sehari hari saya dan di sisi lain tentu juga menjadi hobi karena saya memang suka tentang motor ini.”

Koentjaraningrat (2017), jadi pada zaman modern ini kendaraan tidak hanya sebagai kebutuhan akan tetapi sebuah *lifestyle* atau identitas mereka

3. Pada saat mencari informasi tentang berbagai merek motor dan spesifikasinya melalui apa? (Pilihannya google, sosial media, info dari orang terdekat/ komunitas/ keluarga/ teman atau ke pameran ekspedisi atau berkunjung ke dailer)

Jawaban

“ee itu saran dari om saya yang ini bagus yang ini tidak bagus dan harganya yang pas sama saya juga saya cari toh” apaagi sekarang kan serba mudah bisa kita cek di google youtube juga bisa bisa juga tanya-tanya di teman banyak lah kak.”

Monks (2016), pada masa remaja ini, reamaja sering memperoleh informasi dari teman sebaya karena mereka merasa ada dalam nasib yang sama.

4. Bagaimana proses pencarian informasinya ?

Jawaban

“ ee tidak rumit ji cuman sekedar bertanya ji sama om ku kan om ku juga pernah pakai motor trail juga toh jadi dia bilang lebih baik pakai motor ini lebih irit dari pada motor ini.”

Sulistyo basuki (2016), usaha seseorang untuk mencari informasi yang di butuhkan akan menimbulkan perilaku, yang di sebut perilaku pencarian informasi.

5. Apakah sales man nya memberikan informasi yang lengkap dan pandai membujuk ?

Jawaban

“ ee apa di saya kan ini motor kas jadi kan otomatis di kasi po ka dulu lama ada ada kek sekitar sebulan kayaknya baru di kasi ka ini motor jadi apa di perjuangannya juga itu cukup lama untuk memnta untuk kas karena pertama itu cuman mau dikasi kredit apa namanya kredit cuman saya mintanya itu kas.”

Lorenzo (2016), bahwa setiap aktivitas transaksi produk dan jasa selalu menyertakan harga imbalan sebagai kesepakatan.

6. Bagaimana penampakan dari visual motor ini? apakah membuat tertarik? Jelaskan!

Jawaban

“ kalau menurut saya tertarik sih keren juga karena memang dari kecil ini kak saya suka memang motor yang jenis trail makanya sampai sekarang masi menggunakan motor ini.”

Japrihanto dan Sugiharto (2016), mendefinisikan keterlibatan sebagai hubungan seseorang terhadap sebuah objek berdasarkan kebutuhan, nilai dan ketertarikan.

7. Apakah ada pengaruh dari opini komunitas kawasaki atau influencer atau selebriti yang membuat anda tertarik untuk membeli mtor ini jelaskan!

Jawaban

“ oh kalau itu tidak adaji kak cuman dari hati sendiri ji yang mau karena ini dari dlulu memang minat sama motor yang beginian dari dulu memang saya tertarik kak.”

Kotler dalam Abzahari, (2017), minat beli adalah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih dan mengkonsumsi suatu produk.

8. Menurut anda pentingkah untuk menjadi anggota komunitas motor untuk pergaulan, Meskipun manfaat atau kegunaan motor ini bisa juga didapatkan dari motor dengan jenis lain dengan harga yang lebih murah? Jelaskan!

Jawaban

“ ee fivti-fivti lah karena yang pertama kalau soal teman juga banyak bisa banyak teman dari komunitas lain kalau apa di kalau ya apa namanya kalau pekerja yang lain juga bisa baku atur to bisa atur jadwal bertemu sama teman.”

Soernano (2018), komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang di bangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional.

9. Apakah melakukan tes drive atau mencoba motor jenis yang berbeda

Jawaban

“ pernah.kak mencoba motor jenis lainnya karena ini saudara ada yang menggunakan motor matic jadi biasa juga saya pakai.”

Tjiptono dalam sutrana (2015), atribut produk adalah unsur-unsur produk dipadang penting oleh konsumen dan di jadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

10. Pada saat transaksi motor kawasaki seri KLX ini apakah anda merasa motor ini mahal dibandingkan dengan produk yang sejenis atau sepadan dengan fungsi dan mafaat terhadap harganya?

Jawaban

“ ee kalau menurut saya pribadi ee karena saya juga suka dengan modelnya ee suka juga dengan mesin nya juga irit toh jadi lebih saya tidak anuji tidak ragukan ji dengan harganya.’

Hasan dalam Randi Saputra (2018), minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil

tindakan yang berhubungan dengan keputusan pembelian yang di ukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

11. Menurut anda apakah harga motor bisa mempengaruhi citra diri seseorang di mata publik? Mengapa?

Jawaban

“ kalau menurut saya pribadi mungkin iya karena memang kalau kita menggunakan produk motor yang mahal pasti ini kak percaya diri kita juga akan meningkat apalagi di mata public kan.”

Wijanarko (2017), citra diri merupakan salah satu penilaian pribadi terhadap perasaan yang berharga yang diekspresikan di dalam sikap-sikap yang di pegang oleh individu teresebut.

12. Dengan membeli motor kawasaki seri KLX ini apakah bisa menaikkan gengsi atau citra diri anda?

Jawaban

“ kalau gengsi iya karena memang motor beginiakan kalau suda di modifikasi kelihatan lebih keren nah kalau ta pakai mi pasti ini semacam menaikkan percaya diri kita atau citra diri.”

Sutarno (2016), citra diri adalah gambaran atas perilaku seseorang di mata orang lain dan masyarakat di sekitarnya.

13. Seberapa penting penampilan yang dihubungkan dengan penggunaan motor kawasaki seri KLX ini?

Jawaban

“ penampilan ya harus ya paling bagus lah karena itu penampilan dari luar harus di lihat bagus apalagi saat ini kumpul-kumpul sama teman kan penampililan kita hrarus keren.”

Mathes dan khan dalam Hurlock (2017), didalam interaksi sosial penampilan fisik yang baik akan menguntungkan dan dapat menghasilkan

hal-hal yang menyenangkan salah satunya adalah mudahnya dalam pertemanan.

14. Apakah dengan membeli produk yang mahal bisa menumbuhkan rasa percaya diri?

Jawaban

“ kalau birar semahal apapun itu motor kalau tidak irit bahan bakarnya kan saya juga anak kuliah otomatis saya mencari yang lebih irit bahan bakarnya.

Shiffman dan Kanuk (2018), perilaku konsumen terpusat pada cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang dengan konsumsi.

15. Seberapa penting rekomendasi dari pihak lain (orang terdekat, influencer, selebriti ataupun komunitas motor ini secara online ataupun offline dalam proses pembelian anda)

Jawaban

“eee itu tidak ji kayak anu apa namanya kayak di kasih ji saran ini mi saja beli karena memang ini kualitasnya baik bahan bakarnya irit kelibahanya dan kekuranganya juga begini.”

Diana (2017), keputusan pembelian merupakan sikap seseorang guna membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang maupun jasa yang di yakini akan memuaskan diri sendiri dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin di timbulkannya.

16. Bagaimana peran komunitas sebagai tempat menyalurkan hobi?

Jawaban

“ ee kalau apa di di public endak terlalu anu ji cuman kalau di bilang pergi touring apa banyak ji juga teman kalau menurut ku toh lebih banyak ji juga teman.”

Rukmini, Aziwanti, dan Fitlayeni (2018), menunjukkan bahwa ada tiga motif seseorang menjadi anggota komunitas motor, yaitu untuk menambah teman sebagai bentuk interaksi dengan individu lain yang bertujuan untuk membentuk persaudaraan serta menambah wawasan, pelapor keselamatan berlalu lintas dengan cara memberikan contoh yang baik kepada masyarakat, memiliki hobi mengendarai motor.

17. Apakah anggota komunitas ini memiliki minat yang sama pada saat bergabung di komunitas? Jelaskan seperti apa !

Jawaban

“ ee iye sama ji karna kan ini masuk dengan komunitas pasti ada syarat-syarat nya toh nah waktu sudah gabung tentu kami di dalam komunitas memiliki minat yang sama.”

Iriantara (2018), makna komunitas adalah sekumpulan individu yang mendiami lokasi tertentu dan biasanya terkait dengan kepentingan yang sama.

18. Apa pendapat anda tentang pemilihan motor sebagai penunjang hobi dan apakah motor jenis ini membuat anda tampil berbeda? Jelaskan!

Jawaban

“ ee kalau hobi iya tampil beda juga iya dan kami memang di dalam komunitas ini kami juga jadikan motor sebagai penunjang hobi kami seperti pergi jalan” atau touring bersama.”

Kotler (2017), menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan ke dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya.

Lampiran Hasil Wawancara

Informan 4

HASIL WAWANCARA

Data Identitas diri

Nama : Rezi
 Umur : 21 Tahun
 Jenis kelamin : Laki-laki
 Jabatan : Anggota komunitas

1. Awal mulanya kakak tertarik dengan motor Kawasaki? Bagaimana perjuangan membelinya?

Jawaban

“ ee yang pertama itu perjuangan saya karena kan ketika kita melihat ada kemauan apa namanya untuk mencapai keinginan itu pasti ada targetan to artinya kita bagaimana supaya ini target kita bisa di capai salah satunya unuk bekerja supaya kemauan ta ini dapat tercapai juga.”

Setiadi (2018), motivasi konsumen adalah keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai tujuan

2. Apakah motor itu menjadi solusi untuk berkendara atau sekedar hobi ?

Jawaban :

“ ee itu tergantung ke pribadi masing-masing ke setiap orang karena mauki bilang hobi bisa juga mauki juga solusi berkendara bisa juga.”

Arumsari (2018), bahwa kualitas produk adalah faktor-faktor yang terkandung dalam sebuah barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil yang cocok dengan tujuan barang yang di produks

3. Pada saat mencari informasi tentang berbagai merek motor dan spesifikasinya melalui apa? (Pilihannya google, sosial media, info dari orang terdekat/ komunitas/ keluarga/ teman atau ke pameran ekspedisi atau berkunjung ke dailer)

Jawaban

“ pastinya google karena di lihat apa-apa saja yang mau di cari di google itu ada semua mi kan banyak ji itu di internet kan.”

Tirto (2017), google beraksi memberikan pencerahan di masyarakat sebagai solusi pencari informasi yang tercepat dengan kemampuan logaritmanya.

4. Bagaimana proses pencarian informasinya ?

Jawaban

“ yang pastinya yang pertama kita lihat konten-konten di youtube tentang motor itu apa kelebihanya sama kekurangannya kan sekarang banyak itu kalau mau cari informasi tentang motor.”

Lin (2018), ada dua kemampuan yakni *consuming* skill yakni kemampuan dalam mengonsumsi media dengan melakukan tindakan menganalisa, mengevaluasi, mengkritik, dan mensintesis data atau informasi pada situs yang di baca.

5. Apakah sales man nya memberikan informasi yang lengkap dan pandai membujuk ?

Jawaban

“ ye anu apa apa betul pandai juga membujuk kalau di bilang sales to karena memang tujuan sales kan bagaimana supaya customer ini bisa tertarik dengan sepeda motor yang mereka jual dan memang pada saat transaksi memang salesnya memberikan informasi ke saya memang lengkap mengenai ini motor yang saya gunakan sekarang.”

Taylor (2016), konformitas adalah tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang atau sesuai dengan perilaku orang lain.

6. Bagaimana penampakan dari visual motor ini? apakah membuat tertarik? Jelaskan!

Jawaban

“ kalau menurut saya tertarik lumayan tertarik kan memang dari dulu ji mau sekali ka menggunakan sepeda motor ini dan sekarang alhamdulillah suda bisa menggunakan motor ini.

Engel dalam Nih Luh Julianti (2014), minat beli sebagai kekuatan pendorong atau sebagai motif yang bersifat instristik yang mampu mendorong seseorang untuk menaruh perhatian secara spontan, wajar, mudah, tanpa paksaan dan selektif pada suatu produk untuk kemudian mengambil keputusan pembelian.

7. Apakah ada pengaruh dari opini komunitas kawasaki atau influencer atau selebriti yang membuat anda tertarik untuk membeli motor ini jelaskan!

Jawaban

“ ee ada anu influencer di situ saya terpengaruh untuk menggunakan motor ini kak.”

Caster (2016), pemasaran influencer merupakan industri yang berkembang pesat yang bertujuan untuk mempromosikan produk atau meningkatkan kesadaran merek melalui konten yang di sebarkan melalui media yang di anggap dapat mempengaruhi orang lain.

8. Menurut anda pentingkah untuk menjadi anggota komunitas motor untuk pergaulan, Meskipun manfaat atau kegunaan motor ini bisa juga didapatkan dari motor dengan jenis lain dengan harga yang lebih murah? Jelaskan!

Jawaban

“ ee kalau pentingnya untuk masuk komunitas itu termasuk penting bagi saya karena masuk komunitas kita bisa dapat banyak hal to bisa juga yang lainnya tergantung dari pemikiran orang-orang.”

Saban (2017) individu yang bergabung dengan komunitas motor akan memiliki rasa persaudaraan yang tinggi dengan anggota komunitas motor lain.

9. Apakah melakukan tes drive atau mencoba motor jenis yang berbeda

Jawaban

“ tes drive pernah kan sebelum memakai motor kawasaki saya juga pernah sempat menggunakan motor jenis matic dan memang saya rasa perbedaannya jauh tapi kalau untuk ini bahan bakar matic lebih irit.”

Stanton (2017), sekumpulan atribut yang nyata, didaamnya suda terckup warna, harga, kemsan, prestie pabrik, prestie pengecer dan pelayanan dari pabrik serta pengecer mungkin oleh pembeli sebagai sesuatu yang mungkin bisa memuaskan keinginannya.

10. Pada saat transaksi motor kawasaki seri KLX ini apakah anda merasa motor ini mahal dibandingkan dengan produk yang sejenis atau sepadan dengan fungsi dan mafaat terhadap harganya?

Jawaban

“ saya rasa juga sepadan kalau dibandingkan harga dengan fungsinya karena memang ini motor kan jenis trail jadi kalau mau dibilang fungsi motor ini kan memang di gunakan di jalan yang masih rusak kayak di kampung kan kalau disini kan jalanan suda bagus semua jadi itu mi di ganti juga ban nya dan menurutku memang sepadan ji memang.”

Kotler dan Amstrong (2016), harga adalah jumlah nilai yang di tukar kosumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

11. Menurut anda apakah harga motor bisa mempengaruhi citra diri seseorang di mata publik? Mengapa?

Jawaban

“ bisa-bisa saja kalau menurut saya ya kalau waktu pertama kalinya memkai motor Kawasaki memang iya kayak lebih keren ki di rasa tapi lama kelamaan juga biasa-biasa mi dirasa.”

Panda (2017), disebutkan juga bahwa keunikan sebuah medium dapat di lihat dari proses penampilan dan mengharmoniskan/ menyesuaikan keberadaan merek atau produk di dalam suatu cerita atau media yang di gunakan.

12. Dengan membeli motor kawasaki seri KLX ini apakah bisa menaikkan gengsi atau citra diri anda?

Jawaban

“ karena dilihat disinikan termasuk hobi saya juga jadi saya rasa juga bisa menaikkan citra diri saya kalau menggunakan motor kawasasaki ini .”

Kaphener dan lauraent dalam beaudoin lachance (2016), mengatakan bahwa banyak individu khususnya remaja yang menggunakan pengeluaran yang lebih untuk menunjukkan citra dirinya dengan mengkonsumsi produk yang bermerek.

13. Seberapa penting penampilan yang dihubungkan dengan penggunaan motor kawasaki seri KLX ini?

Jawaban

“ ya kalau penting itu menurut saya lumayan pentinglah apalagi kan di komunitas ini penampilan juga harus di jaga apalagi saat berpergian menggunakan sama teman pastilah penampilan juga harus di jaga”.

Suyetty (2016), penampilan adalah segala proses kegiatan yang dilakukan seseorang untuk terlihat percaya diri dan menjadi pribadi yang menarik yang terpancar dari dalam diri seperti berkomunikasi yang baik, serta dari penampilan fisik yang selalu terjaga rapi.

14. Apakah dengan membeli produk yang mahal bisa menumbuhkan rasa percaya diri?

Jawaban

“ untuk membeli produk yang mahal itu ya tergantung dari pribadi orang ya karena banyak beberapa di komunitas salah satunya moge-moge saya rasa itu bisa menaikkan citra.”

Gardner (2018), mengatakan citra diri adalah buah pikiran seseorang tentang dirinya sendiri atau gambaran diri dalam pandangan atau pikirannya sendiri.

15. Seberapa penting rekomendasi dari pihak lain (orang terdekat, influencer, selebriti ataupun komunitas motor ini secara online ataupun offline dalam proses pembelian anda)

Jawaban

“ ee kurasa penting sekali karena dikasih masukan yang lebih bagus toh tentang motor ini sebelum menggunakan tanya-tanya ke teman dulu tentang harga dan banyakpi yang ku tanyakan memang sebelum membeli motor ini.”

Julius Ripandi Hurtabat, (2020), pengaruh *influencer* adalah cerminan dari hasil komunikasi dan interaksi orang lain, yang di gunakan dengan adanya pengaruh tersebut dapat terjadi perubahan sikap atau perilaku seseorang.

16. Bagaimana peran komunitas sebagai tempat menyalurkan hobi?

Jawaban

“ee untuk peran komunitas itu secara idealnya bagus karna kan tidak ada namanya suatu organisasi tujuannya itu jellek tidak ada toh tergantung lagi kembang ke individualnya ke komunitas itu kan “

Cartwright & Zander (2017), kelompok adalah suatu kolektif yang terdiri dari atas berbagai organisasi dimana eksistensi semua anggota sangat penting untuk memuaskan berbagai kebutuhan individu.

17. Apakah anggota komunitas ini memiliki minat yang sama pada saat bergabung di komunitas? Jelaskan seperti apa !

Jawaban

“kurasa sama semua karena saya sebelumnya kan suda cerita sama beberapa member yang ada di komunitas ini ternyata memang minatnya sama semua ki”.

Wahit (2015), komunitas merupakan sekelompok individu yang tinggal pada wilayah tertentu, memiliki nilai-nilai keyakinan dan minat yang relatif sama, serta adanya interaksi satu sama lain untuk mencapai tujuan.

18. Apa pendapat anda tentang pemilihan motor sebagai penunjang hobi dan apakah motor jenis ini membuat anda tampil berbeda? Jelaskan!

Jawaban

“ ee kurasa ini memang tampil berbeda karena apaya banyak orang yang memang melihat kita mereka melihat kita itu melihat apa yang kita pakai apa yang kita gunakan seperti itu dan juga memang ee kami di komunitas menjadikan motor sebagai ini semacam symbol lah untuk komunitas ini.”

Freddy (2019), merek adalah nama istilah, tanda, symbol, rancangan, atau kombinasi dari ketiganya, bertujuan untuk mengidentifikasi barang-barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok untuk membedakan dari produk pesaing.

Lampiran Hasil Wawancara

Informan 5

HASIL WAWANCARA

Data Indentitas diri

Nama : Adhi
 Umur : 25 Tahun
 Jenis kelamin : Laki-laki
 Jabatan : Anggota komunitas

1. Awal mulanya kakak tertarik dengan motor Kawasaki? Bagaimana perjuangan membelinya?

Jawaban

“ minta ke oang tua karena memang kak saya kan ini masih kuliah belum kerja jadi orang tua yang membeli motor yang saya gunakan saat ini.”

Yusnia Unyu (2018), menggambarkan bahwa gaya hidup hedonis memerlukan biaya yang tinggi, karena kebahagiaan hidup di ukur dari kesukean material, sehingga uang harta kekayaan dan kemewahan hidup adalah norma mereka.

2. Apakah motor itu menjadi solusi untuk berkendara atau sekedar hobi ?

Jawaban

“ee kalau saya pribadi kak solusi kak karena selain akses jalan ke kampung ku itu kak susah di lewati kak banyak kak banyak sebabnya kenapa saya pilih trail.”

Tjiptono (2015), definisi konvensional dari kualitas merupakan performasi sebagai gambaran langsung dari suatu produk, keandalan, mudah digunakan, estetika dan sebagainya.

3. Pada saat mencari informasi tentang berbagai merek motor dan spesifikasinya melalui apa? (Pilihannya google, sosial media, info dari orang terdekat/ komunitas/ keluarga/ teman atau ke pameran ekspedisi atau berkunjung ke dailer)

Jawaban

“ semuanya iye sebelum membeli motor ini saya cari dulu tentang ini motor dari jenisnya merek kelebihan saya cari semua dulu di google kak.”

Yakub (2018), informasi adalah pengelolaan sumber yang menjadi bentuk yang lebih berguna dan berarti bagi orang yang menggunakan dan memerlukannya.

4. Bagaimana proses pencarian informasinya ?

Jawaban

“ ke teman terdekat ji tanyak-tanyak mengenai motor Kawasaki ini apakah bagus di gunakan ini untuk sehari-hari atau memang di gunakan untuk di jalan extrme saja.”

Farida & Purnomo (2015), Ketika seseorang memiliki kemampuan terhadap literasi informasi ini maka seseorang akan dengan mudah mendapatkan informasi dan memiliki banyak strategi dalam mendapatkan dan mencari informasi sesuai dengan keinginan informasi yang di cari dan strategi ini akan menjadi terpenuhi dalam mendapatkan informasi.

5. Apakah sales man nya memberikan informasi yang lengkap dan pandai membujuk ?

Jawaban

“ iye pandai membujuk kan saya ini langsung ke dealer nah waktu sampai di sana salesnya memberikan informasi tentang motor ini kelebihanannya dan juga kalau tidak salah diskon waktu itu kak.”

Kotler dan Amstrong (2014), promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan dan untuk mencoba dan membeli suatu produk/jasa.

6. Bagaimana penampakan dari visual motor ini? apakah membuat tertarik? Jelaskan!

Jawaban

“kalau dari tampilanya memang kak untuk anu to lebih ke anu kak lebih gahar ki.jadi memang keren kak makanya ini saya tertarik untuk gunakan ini motor.”

Asep dalam jenni (2016), keberagaman produk atau variasi produk yaitu banyaknya opsi dari ketersediaan produk yang berjumlah besar dan bervariasi hal inilah yang menyebabkan timbul proses belanja konsumen.

7. Apakah ada pengaruh dari opini komunitas kawasaki atau influencer atau selebriti yang membuat anda tertarik untuk membeli motor ini jelaskan!

Jawaban

“ tidak adaji kak dari saya sendiri ji memang dari awal saya suka motor beginian jadi ndk adaji kak pengaruh dari inflencer atau selebriti kak saya ji yang mau memang.

Yulfi Hasan (2017), mengemukakan bahwa niat untuk membeli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu , serta berapa banyak unit produk yang di butuhkan pada priode tertentu.

8. Menurut anda pentingkah untuk menjadi anggota komunitas motor untuk pergaulan, Meskipun manfaat atau kegunaan motor ini bisa juga didapatkan dari motor dengan jenis lain dengan harga yang lebih murah? Jelaskan!

Jawaban

“ee lumayan kalau yang pertamanya tadi itu penting kak karena untuk menambah wawasan seputar otomotif to dan memang kan saya ini terlanjur juga menggunakan motor KLX jadi ku pilihki gabung di komunitas Kawasaki untuk menambah teman juga kak.”

Wenger (2018), komunitas itu sekumpulan orang yang berbagi masalah, perhatian atau kegemaran pada suatu topik dan memperdalam pengetahuan serta keahlian mereka dengan cara berinteraksi secara terus menerus.

9. Apakah melakukan tes drive atau mencoba motor jenis yang berbeda

Jawaban

“ iye sudah kalau untuk mencoba motor jenis lainnya sudah banyak kak.”

Swastha dan Irawan (2018), pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambil keputusan untuk membeli yang di serati dengan perilaku setelah melakukan pembelian.

10. Pada saat transaksi motor kawasaki seri KLX ini apakah anda merasa motor ini mahal dibandingkan dengan produk yang sejenis atau sepadan dengan fungsi dan mafaat terhadap harganya?

Jawaban

“ sepadan ji kalau mau di bandingkan harga sama fungsinya apalagi trail kan bisa kita gunakan di berbagai medan kak bisa di jalan rusak atau mulus makanya ku bilang sepadan ji kak harga sama ini fungsinya ini motor

Scifman dan Kanuk (2017), keputusan pembelian adalah suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.

11. Menurut anda apakah harga motor bisa mempengaruhi citra diri seseorang di mata publik? Mengapa?

Jawaban

“ kalau itu menurut ku kak bisa saja karena memang kan ini motor bisa di bilang tampilanya keren jadi bisa saja kak mempengaruhi citra diri kita di public.

Sutisna (2016), kesesuaian citra diri adalah keselerahan atau kecocokan seseorang secara keseluruhan terhadap merek dan di bentuk oleh informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu.

12. Dengan membeli motor kawasaki seri KLX ini apakah bisa menaikkan gengsi atau citra diri anda?

Jawaban

“ iye kak bisa menaikkan citra diri saya saat mnggunakan motor ini apalagi di pakai saat ada kopdar toh atau touring ke tempat wisata alam pasti ini kak menaikkan citra diri ta sebagai pengguna motor kawasaki.

Yudhintaro (2018), kesesuaian citra diri berpengaruh terhadap kesukaan merek.

13. Seberapa penting penampilan yang dihubungkan dengan penggunaan motor kawasaki seri KLX ini?

Jawaban

“penting kak jika di hubungkan dengan penampilan apalagi waktu mengendarai motor beginian kak penampilan juga harus menarik kak.”

Kamsah (2015), penampilan didapatkan dari kesan pertama dan merupakan hal yang penting.

14. Apakah dengan membeli produk yang mahal bisa menumbuhkan rasa percaya diri?

Jawaban

“ kalau saya lumayan sih ini menambah rasa percaya diri saya apalagi kalau motor ta baru suda di modifikasi pasti agak berbeda lah di rasa waktu memakai ini motor.”

Buntaran dalam kusumaningtyas (2019), dengan begitu remaja yang kurang memiliki rasa percaya diri yang kuat secara otomatis akan menggunakan mode-mode yang sedang marak di kalangannya, guna menambah rasa kpercayaan diri pada remaja tersebut.

15. Seberapa penting rekomendasi dari pihak lain (orang terdekat, influencer, selebriti ataupun komunitas motor ini secara online ataupun offline dalam proses pembelian anda)

Jawaban

“ kalau itu kak kalau misalhnya banyak selebriti yang pakai pasti lebih banyak orang yang tertarik lagi kak toh karena bisa di bilang ini motor ini na pake.”

Gupta (2018), menunjukan bahwa selebriti adalah salah satu alat yang efektif mempromosikan produk kepada pelanggan, dapat dikatakan bahwa pelanggan tertarik terhadap iklan yang menggunakan celebrity endorser dan juga membantu dalam kesadaran masyarakat terhadap merek atau produk, sehingga perusahaan harus sangat selektif mencoba untuk mencocokkan atribut produk dengan celebrity yang akan digunakan.

16. Bagaimana peran komunitas sebagai tempat menyalurkan hobi?

Jawaban

“ kalau saya kak pas masuk di komunitas ini tambah banyak wawasan soal seputar ini motor sama kebersamaan dan juga kak kan kami biasa tiap malam minggu ini melaksanakan perkumpulan atau kopdar nah di sini mi biasa tempat kami menyalurkan hobi di dalam komunitas.”

Bales (2016), komunitas adalah sejumlah individu yang saling berinteraksi dengan sesamanya secara tatap muka atau melalui serangkaian pertemuan.

17. Apakah anggota komunitas ini memiliki minat yang sama pada saat bergabung di komunitas? Jelaskan seperti apa !

Jawaban

“ iye sama karena memang kak kami disini memiliki hoby yang sama di motor ini dan biasa kalau ada alat baru tentang ini motor pasti kami juga biasa menggantinya.”

Kertajaya hermawan dalam Rahmawati (2017), komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana didalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest atau values.

18. Apa pendapat anda tentang pemilihan motor sebagai penunjang hobi dan apakah motor jenis ini membuat anda tampil berbeda? Jelaskan!

Jawaban

“ semenjak pake motor ini lebih kayak pd saja begitu kak waktu mengendarai ini motor dan memang kami di sini kan memilih masuk komunitas untuk menambah wawasan atau ini memperbanyak teman kak di sini juga kami bisa menyalurkan hobi sesama anggota komunitas kak.”

Yusuf (2017), teman sebaya lebih memberikan pengaruh dalam memilih hal cara berpakaian, hobi, perkumpulan (club), dan kegiatan sosial lainnya.

DOKUMENTASI



