

Analisis perbandingan keputusan pembelian sepeda motor yamaha secara tunai dan kredit (Studi kasus pada cv. trijaya motor Blitar)

Comparative analysis of purchasing decisions of yamaha motorcycles in cash and credit.

Lu'lu UI Maknunah¹, Erika Setiya Budi²

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Univ. Islam Balitar
Jl. Majapahit No. 2 - 4, Blitar, Indonesia

uul.unisba@gmail.com

ABSTRAK

Kebutuhan manusia bermacam-macam salah satunya adalah transportasi karena mempermudah kebutuhan mobilitas menulokasi satu ke lokasi lainnya. Seiring perkembangannya, terdapat sistem transaksi yang dikenal dengan istilah sistem transaksi tunai dan kredit dalam upaya memenuhi kebutuhan. Oleh sebab itu, peneliti ingin membandingkan pembelian tunai dan kredit oleh konsumen kaitannya dalam keputusan membeli barang. Peneliti menggunakan sampel berupa transaksi pada sepeda motor Yamaha yang diteliti di CV. Trijaya Motor. Tujuan penelitian ini, agar diketahui perbedaan keputusan yang diambil oleh konsumen untuk terjadinya pembelian sepeda motor Yamaha secara tunai dan kredit. Metode penelitian menggunakan pendekatan metode kuantitatif yang memberikan kuesioner kepada 35 responden yang diambil dari data penjualan konsumen CV. Trijaya Motor Blitar dari bulan Januari sampai dengan Mei 2020 yang kemudian dilakukan serangkaian proses uji data. Berdasarkan hasil penelitian maka kesimpulannya adalah tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam keputusan membeli sepeda motor Yamaha secara tunai dan kredit yang dilakukan oleh konsumen.

Kata Kunci : Perbandingan, Kredit, Sepeda Motor, Tunai

ABSTRACT

Human needs vary, one of which is transportation because it facilitates the need for mobility from one place to another. Then along with its development, there is a system known as the cash and credit transaction system in an effort to meet needs. Therefore, the researcher wants to compare cash and credit purchases by consumers in relation to purchasing decisions. Researchers used samples in the form of transactions on Yamaha motorbikes studied at CV. Trijaya Motor. The motivation behind this exploration is to know the distinctions in the decisions taken by consumers for the purchase of Yamaha motorbikes in cash and credit. The research method uses a quantitative method approach which provides a questionnaire to 35 respondents drawn from customer sales data CV. Trijaya Motor Blitar from January to May 2020, which was then carried out by a series of data testing processes. In light of the examination results, the end is that there is no significant difference in the decision to buy a Yamaha motorcycle in cash and credit made by consumers.

Keywords : Cash, Comparison, Credit, Motorcycle

PENDAHULUAN

Pekerjaan merupakan sebuah aktivitas ataupun kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dengan tujuan agar dapat terpenuhi kebutuhan hidupnya. Seseorang bekerja untuk dapat terpenuhi kebutuhan pokok dalam hidupnya, hal ini disebabkan kebutuhan pokok merupakan sebuah kebutuhan wajib untuk dipenuhi dan tidak dapat ditunda. Contoh dari kebutuhan pokok diantaranya makan, minum, pakaian, pendidikan dan lain-lainnya. Agar kebutuhan dapat terpenuhi maka dibutuhkan uang yang didapatkan dari bekerja. Banyak sekali pekerjaan yang dapat dilakukan oleh seseorang untuk menghasilkan uang. Dan seringkali juga timbul kompetisi atau persaingan dalam hal untuk memenuhi kebutuhan itu sendiri. Oleh sebab itu, terjadinya kesenjangan sosial tidak terlepas dari akibat persaingan tersebut. Dari fenomena yang telah disebutkan, penelitian ini mencoba untuk meneliti lebih mendalam tentang penelitian komparatif atau perbandingan.

Penelitian komparatif merupakan penelitian yang melakukan perbandingan antar kondisi satu variabel ataupun lebih dengan menggunakan dua ataupun lebih data yang berbeda, ataupun dengan dua waktu yang berbeda (Sugiyono, 2014). Oleh sebab itu, peneliti mengambil tema penelitian tentang transaksi penjualan, dengan membandingkan sistem transaksi antara tunai dan kredit dimana hal tersebut seringkali ditemui saat bertemunya penyedia kebutuhan dengan konsumen atau pelanggan. Proses transaksi tunai misalnya, pelanggan biasanya akan membayar atau melunasi secara langsung kemudian baru memperoleh apa yang dibutuhkan. Pembelian secara tunai dianggap lebih simpel dan mudah karena tidak memikirkan tanggungan dikemudian karena sudah lunas di awal.

Namun tidak menutup kemungkinan bagi konsumen atau pelanggan untuk melakukan transaksi secara kredit. Dikarenakan transaksi kredit bagi sebagian orang sangat memudahkan. Dalam hal ini konsumen dalam memperoleh barang tidak harus melakukan pembayaran secara lunas di awal, konsumen dapat melakukan pembayaran sepesekian persen dari total harga barang yang dibeli dan sisanya dapat dibayar dengan cara mengangsur setiap periode waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan yang diambil antara penyedia barang dan konsumen.

Dari hal tersebut, peneliti mengambil penelitian dalam hal penjualan di CV. Trijaya Motor Blitar. Trijaya Motor Blitar merupakan sebuah perusahaan bergerak dibidang otomotif yaitu kendaraan roda dua dengan merk dagang Yamaha dimana juga dapat disebut sebagai dealer resmi Yamaha yang melayani penjualan kendaraan, service kendaraan, dan penjualan sparepart khusus Yamaha. Peneliti dalam hal ini akan fokus dalam hal transaksi penjualan dimana dalam penerapannya CV. Trijaya Motor Blitar juga melakukan sistem transaksi tunai dan kredit untuk produk kendaraan yang dijualnya. Hal inilah yang melatarbelakangi penelitian ini dilakukan, yaitu agar dapat diketahui perbandingan keputusan pembelian sepeda motor Yamaha secara tunai dan kredit di CV. Trijaya Motor Blitar.

KERANGKA TEORI

Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran adalah secara garis besar adalah kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh laba semaksimal mungkin dari produk atau jasa yang dipasarkan dan memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga jalannya ekonomi tetap berjalan selama tidak bertentangan dengan kebutuhan pasar.

Penjualan

Pengertian penjualan hampir mirip dengan pemasaran yaitu sama-sama berorientasi terhadap laba namun yang membedakan adalah dari segi kepuasan konsumen dimana penjualan tidak mementingkan kepuasan konsumennya tetapi pemasaran juga memperhatikan kepentingan kepuasan konsumennya. Sedangkan menurut (Leny Sulistiyowati, 2010) penyajian pendapatan didapatkan dari hasil penjualan yang telah dikurangi potongan penjualan dan retur penjualan. Dalam penjualan aktivitas ini sering dijumpai dalam bentuk penjualan secara kredit maupun penjualan secara tunai, dimana keduanya memiliki sistem yang berbeda. Dimana sistem tersebut sama-sama memiliki tujuan yaitu sebagai media transaksi untuk proses penjualan dan pembelian barang ataupun jasa yang ditawarkan.

Penjualan Tunai

Penjualan tunai dalam proses transaksinya dilakukan secara langsung dengan menerima pembayaran saat itu juga dari barang atau jasa yang diperjualbelikan. Dalam penjualan tunai dilakukan melalui proses konsumen harus melakukan pembayaran terhadap harga barang terlebih dahulu sebelum perusahaan menyerahkan barang yang dibeli oleh pembeli (Mulyadi, 2013).

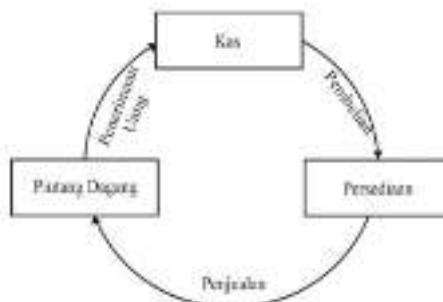
Penjualan Kredit

Kredit dapat diartikan sebagai tagihan yang didasarkan dari kesepakatan diantara dua pihak, dimana peminjam memiliki kewajiban untuk dapat melunasi hutang dengan membayar bunga yang disesuaikan berdasarkan perjanjian yang telah dibuat sebelumnya. Pengertian lain, kredit adalah semua jenis pinjaman yang wajib dibayarkan bersama dengan bunga sesuai dengan kesepakatan dalam bentuk perjanjian (Hasibuan, 2008). Sebesar kegiatan ekonomi masyarakat melibatkan perbankan untuk fasilitas kredit. Apabila suatu bank menyalurkan kredit harus memperhatikan dua fungsi yang selalumemiliki keterkaitan mengenai kredit, diantaranya: a) *Profitability*, bertujuan agar diperoleh hasil dari kredit berupa keuntungan yang didapatkan dari pembayaran bunga yang dilakukan nasabah. b) *Safety*, merupakan jaminan akan keamanan atas prestasi ataupun fasilitas yang diperoleh sehingga tidak terhambat dalam mencapai tujuan *profitability* (Rivai, 2007). Sangat berpengaruhnya pemberian kredit bank, maka usaha bisnis saat ini tidak terlepas dari kredit. Negara pun baik negara kaya maupun negara berkembang membutuhkan kredit dari lembaga keuangan internasional.

Siklus Penjualan Kredit

Siklus penjualan kredit dalam praktiknya memiliki beberapa kondisi dan proses. Ada beberapa prosedur penjualan kredit seperti, informasi terhadap permintaan persediaan barang, order penjualan atau penerimaan pesanan penjualan, melakukan pemeriksaan persediaan dan harga, melakukan pengambilan barang atau persediaan, membuat faktur penjualan, mengirim barang, mencatat transaksi, serta melakukan penagihan. Kegiatan penjualan menggunakan sistem kredit akan melalui proses dimana pembeli melakukan pemesanan terlebih dahulu (Firdaus, 2013).

Gambar 1. Siklus Penjualan Kredit



Keputusan Pembelian

Pengertian dari keputusan pembelian adalah rangkaian dari tahapan dimana konsumen mengetahui masalah, mendapatkan informasi mengenai produk ataupun merek yang akan dibeli serta melakukan evaluasi seberapa baik alternatif mampu memecahkan permasalahan, sehingga tahapan yang dilalui mendukung dalam memutuskan untuk melakukan pembelian (Tjiptono, 2014). Terdapat lima proses yang dilalui konsumen untuk memutuskan untuk membeli produk, diawali dari mengenal permasalahan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif untuk pemecahan masalah, memutuskan untuk membeli, dan perilaku setelah membeli, hal ini dimulai sebelum proses pembelian dan berdampak dalam jangka waktu lama (Kotler dan Keller, 2012).

Gambar 2. Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian



Terdapat tiga indikator untuk terjadi keputusan pembelian (Kotler, 2012), diantaranya:

a. Kemantapan terhadap suatu produk

Dalam menjalankan pembelian terjadi pemilihan alternatif dari beberapa pilihan yang ada. Faktor pemilihan berdasarkan dari kualitas produk, mutu serta aspek lain seperti jaminan kemantapan yang dirasakan konsumen dalam pembelian produk yang dibutuhkan. Salah satu yang menunjang kepuasan pembelian membangkitkan semangat pembeli adalah produk yang berkualitas.

b. Kebiasaan dalam pembelian

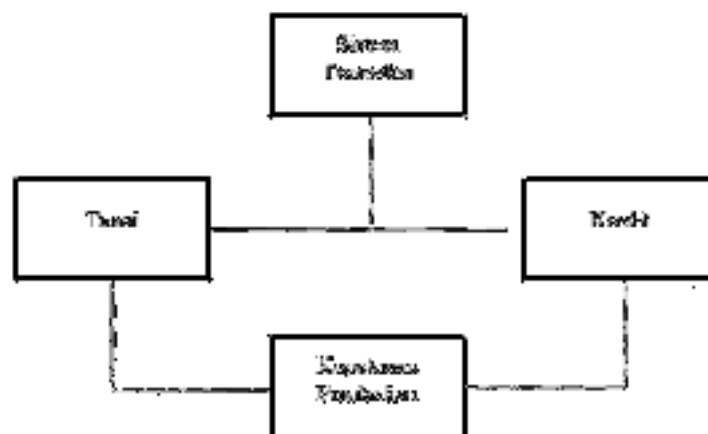
Kebiasaan dapat diartikan sebagai perbuatan yang diulang secara terus menerus untuk membeli produk yang sama. Apabila konsumen memutuskan untuk membeli produk dan telah melekat dalam benak konsumen bahkan sudah merasakan manfaatnya maka akan dirasakan ketidaknyamanan menggunakan produk lainnya.

c. Kecepatan pembelian suatu produk

Seringkali pembeli dalam pengambilan keputusannya berdasarkan aturan atau heuristik pilihan sederhana. Pengertian heuristik yaitu suatu tahapan-tahapan dalam pengambilan suatu keputusan dengan cepat dan digunakan suatu pedoman umum untuk menjadi bagian informasi.

CV. Trijaya Motor Blitar dalam menjalankan usahanya menerapkan beberapa fasilitas bagi pelanggannya satu diantaranya adalah dengan memberikan fasilitas pembayaran bagi pelanggan dengan metode pembayaran tunai atau kredit. Sistem pembayaran ini diterapkan untuk membantu bagi pelanggan untuk memudahkan proses transaksi produk yang ditawarkan oleh CV. Trijaya Motor Blitar. Dengan begitu tidak hanya pendapatan perusahaan yang akan meningkat, melainkan juga kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi juga akan semakin meningkat pula sekaligus menambah loyalitas pelanggan terhadap produk yang mereka beli. Adapun kerangka berfikir yang dapat dilihat pada Gambar.3 Kerangka Berfikir.

Gambar 3. Kerangka Berfikir



Dari kerangka pemikiran tersebut, sehingga didapatkan hipotesa yang diantaranya sebagai berikut:

Ho : Diduga tidak ada perbandingan keputusan pembelian sepeda motor Yamaha secara tunai dan kredit di CV. Trijaya Motor Blitar.

Ha : Diduga ada perbandingan keputusan pembelian sepeda motor Yamaha secara tunai dan kredit di CV. Trijaya Motor Blitar.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif. Peneliti kuantitatif merupakan pendekatan yang didasarkan pada filsafat positivisme yang bertujuan untuk uji hipotesa yang sebelumnya telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Sedangkan penelitian ini juga

menerapkan metode survei. Dalam penelitian ini juga mengandung unsur komparatif, yaitu melakukan perbandingan 2 (dua) atau lebih dari 2 (dua) situasi, peristiwa, kejadian, hampir serupa ataupun program yang sejenis. Ciri-ciri Metode Komparatif (Muliawan, 2014):

1. Terdiri dari dua atau lebih objek yang berbeda
2. Setiap objek berdiri sendiri dan memiliki sifat yang terpisah
3. Terdapat kemiripan pola atau proses kerjanya
4. Spesifik serta jelas dalam membandingkan objek
5. Menggunakan standar serta pengukuran yang tidak sama dalam membandingkan objek yang sama.

Penelitian ini dilakukan di CV. Trijaya Motor Blitar yang beralamat di Jalan Raya Tlogo, Kanigoro Blitar yang telaksanadari Bulan April sampai dengan Mei 2020. Populasi yang diambil adalah data pembelian sepeda motor CV. Trijaya Motor Blitar selama 5 bulan awal yaitu bulan Januari s.d. bulan Mei di tahun 2020. Sampel yang diperoleh berjumlah 35 konsumen yang telah melakukan pembelian produk dengan merek Yamaha di CV. Trijaya Motor Blitar merupakan sampel jenuh, karena sampelnya didapatkan dari keseluruhan populasi.

Untuk teknik dalam pengambilan data menggunakan observasi, dokumentasi, studi pustaka dan kuisisioner. Hasil kuisisioner akan diuji dalam tahapan uji statistika dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 18.0 yang berjalan pada sistem operasi Windows. Beberapa pengujian yang peneliti gunakan diantaranya uji instrument, uji asumsi klasik dan uji komparatif. Uji instrument dibagi ke dalam uji validitas dan uji reliabilitas. Dalam uji asumsi klasik menggunakan dua uji yaitu uji normalitas dan uji homogenitas. Sedangkan untuk uji komparatif digunakan pengujian *Independent sample t test*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrument

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dapat diartikan sebagai ukuran yang memperlihatkan tingkat kesahihan ataupun kevalidan sebuah instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid ataupun sah jika memiliki validitas yang tinggi. Namun apabila instrumen yang kurang valid maka validitas yang dimiliki rendah (Arikunto, 2010). Hasil uji validitas pada instrument variabel tunai terdapat pada Tabel 1. Data dikatakan valid jika hasil sig. (2-tailed) < 0,05 serta *pearson correlation* memiliki nilai positif, namun jika memiliki nilai negatif dan hasil sig. (2-tailed) > 0,05, dapat diartikan item pertanyaan kuisisioner yang digunakan tidak valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Tunai dan Variabel Kredit

Variabel	<i>pearson correlation</i>	Nilai Sig.	Keterangan
T1	.796**	0,000	Valid
T2	.605**	0,000	Valid
T3	.689**	0,000	Valid
T4	.730**	0,000	Valid
K1	.751**	0,000	Valid
K2	.752**	0,000	Valid
K3	.534**	0,000	Valid
K4	.817**	0,000	Valid

Dari hasil yang didapatkan pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa variable tunai dan variable kredit dari T1 sampai K4 dapat dinyatakan valid sesuai syarat yang telah dicantumkan sebelumnya berdasarkan uji validitas dengan perbandingan nilai sig. (2-tailed) dengan propabilitas 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Pada pengujian ini keputusan berdasarkan dengan dilakukan secara bersamaan terhadap semua butir pertanyaan yang tersaji dalam kuisisioner (V. Wiratna Sujarweni, 2014). Apabila hasil dari *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka angket dapat dikatakan konsisten atau reliabel, namun

apabilahasil dari *Cronbach's Alpha* < 0,60 dapat dikatakan angket yang digunakan tidak konsisten atau tidak reliabel. Hasil pengujian validitas terhadap instrument variabel tunai terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tunai dan Variabel Kredit.

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Tunai	.663
Kredit	.665

Berdasarkan Tabel 2. Didapatkan hasil uji variable tunai dengan hasil dari *Cronbach's Alpha* 0,663 > 0,60, dan hasil pengujian variabel kredit mendapatkan hasil *Cronbach's Alpha* 0,665 > 0,60, sehinggaberdasarkanaturan uji reliabilitas yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan angket untuk variabel tunai dan variabel kredit adalah reliabel atau konsisten.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untukmelakukan pengujian terhadap data yang dipergunakandalam penelitian dalam keadaan normal atau tidak. *Test Normality Kolmogorov-Smirnov* adalah salah satu uji normalitas yang dapat digunakan. Uji ini berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significant*), apabila probabilitas > 0,05 maka data yang diteliti terdistribusi normal, namun jika probabilitas < 0,05 dapat dikatakan dataterdistribusitidak normal (Santoso, 2012). *Output* dari pengujian normalitasdapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		TUNAI	KREDIT
N		35	35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	18.31	17.69
	Std. Deviation	1.409	1.605
Most Extreme Differences	Absolute	.227	.163
	Positive	.217	.137
	Negative	-.227	-.163
Kolmogorov-Smirnov Z		1.343	.965
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054	.309

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari interpretasi tabel 3. untuk uji normalitas Kolmogorov-Smirnov didapatkan dari informasi bahwa hasil signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) pada variabel TUNAI dengan nilai 0,054 dan pada variabel KREDIT sebesar 0,309. Sehinggaberdasarkan dari pengambilan keputusan padapengujian normalitas kolmogorov-smirnov makakesimpulannya adalah data memiliki distribusi normal karena hasil dari kedua variabel lebih dari 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa asumsi ataupun persyaratan normalitas telah dipenuhi.

2. Uji Homogenitas

"Asumsi homogenitas bertujuan untuk mengetahui apakah variansi skor (variansi antara kelompok sampel) yang diukur sama atau tidak" (Field, 2009). Uji ini diterapkan dengan multivariate, hal ini disebabkan karena keterlibatan variabel terikat denganbersama-sama. Uji homogenitas digunakan uji Box's M melaluiderajat signifikansinya $\alpha = 0,05$. Pengambilan keputusan didasari oleh kriteria apabila hasil dari signifikansinya menghasilkan nilai lebih dari 0,05 maka matriks varians-kovarians dikedua kelas termasuk sama atau homogen. Uji homogenitas varians bermanfaat untuk diketahui apakah sampel yang digunakan homogen atau tidak. Uji ini

diterapkan pada variabel terikat. Untuk melakukan uji homogenitas univariate ini digunakan pengujian Levene's. Alat yang digunakan untuk uji Levene's dengan menggunakan IBM SPSS 22 yang berjalan pada sistem operasi Windows. Uji homogenitas setiap varian antara kelompok data menggunakan Uji Levene's. Dalam penilaian kriteria homogenitas didasarkan nilai signifikansinya lebih dari 0.05 yang artinya varian kelompok data dikatakan *homogeny* atau sama. Tabel 4 merupakan hasil dari *output* pengujian homogenitas.

Tabel 4. Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances
 Nilai Pembelian Tunai dan Kredit

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.087	1	68	.769

Pada tabel 4 tersebut terlihat hasil Sig. mendapatkan nilai 0,769. Hasil ini menunjukkan $0,769 > 0,05$, sehingga berdasarkan kriteria pengambilan keputusan pada pengujian homogenitas, maka kesimpulannya kedua data dari variabel tunai dan kredit termasuk homogen.

Uji Independent Sample T Test

Selanjutnya adalah pengujian *independent sample t test* dimana pengujian ini menganalisis dengan statistic yang memiliki tujuan agar dapat melihat perbandingan dua sampel yang tidak berpasangan. Dasar dari pengambilan keputusannya didapatkan dari uji independent sample t test bernilai Sig.(2-tailed) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, namun jika hasil dari Sig.(2-tailed) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Untuk hasil uji *independent sample t test* terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji *Independent Sample T Test*

Group Statistics

Kelompok		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Nilai Pembelian Tunai dan Kredit	Konsumen Tunai	35	18.31	1.409	.238
	Konsumen Kredit	35	17.69	1.605	.271

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances	t-Test for Equality of Means								
				t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.						Lower	Upper
Nilai Pembelian Tunai dan Kredit	Equal variances assumed	.087	.769	1.741	68	.086	.629	.361	-.092	1.349
	Equal variances not assumed			1.741	68.838	.086	.629	.361	-.092	1.349

Berdasarkan hasil pada tabel 5 menunjukkan hasil pengujian Independent Sample T Test didapatkan informasi bahwa jumlah kelompok konsumen tunai dan kredit adalah masing-masing 35 orang. Rata-rata untuk konsumen tunai adalah 18,31 dan konsumen kredit adalah 17,69. Berdasarkan deskriptif statistik terdapat perbedaan rata-rata hasil penilaian konsumen terhadap pembelian tunai dan kredit. Berdasarkan output kedua pada tabel 5 hasil uji Independent Sample T Test didapatkan informasi bahwa diketahui nilai Sig. *Levene's Test for Equality of Variances* mendapatkan nilai $0,769 > 0,05$, sehingga dinyatakan varians data antara konsumen tunai dan konsumen kredit termasuk homogen (V. Wiratna Sujarweni, 2014). Dapat ditafsirkan

hasil *independent sample t test* berpatokan dari penilaian yang adapada tabel *equal variances assumed*.

Kemudian untuk *equal variances assumed* didapatkan hasil Sig.(2-tailed) dengan hasil $0,086 > 0,05$, jika berdasarkan kriteria pengambilan keputusan pada pengujian *independent sample t test* didapatkan kesimpulannya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga kesimpulannya adalah tidak ada perbandingan atau perbedaan yang signifikan terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk pembelian produk berupa sepeda motor Yamaha dengan cara tunai maupun kredit di CV. Trijaya Motor Blitar.

Darhasil penelitian dan uji yang dilakukan, dapat dipahami bahwa konsumen bebas memilih jenis transaksi apa yang ingin dipilih dalam membeli sepeda motor Yamaha. Dengan kata lain menurut (Dendawijaya, 2005) konsumen lebih menyesuaikan kapasitas mereka atau kemampuan mereka untuk membeli suatu barang dengan memperhitungkan kondisi perekonomian mereka sendiri bukan dilihat dari jenis transaksinya dalam membeli barang. Bagi konsumen transaksi tunai dan kredit adalah sama saja karena sama-sama berupa cara untuk mereka bisa mendapatkan barang maupun jasa yang dibutuhkan. Transaksi merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan oleh seseorang yang menyebabkan adanya perubahan terhadap harta ataupun keuangan yang dimiliki baik terdapat penambahan maupun terjadi pengurangan serta pembayarannya dari berbagai pembiayaan agar terpenuhi kebutuhan hidup. Untuk itu jika konsumen menginginkan pembelian tunai, mereka akan membeli secara tunai dan jika mereka menginginkan kredit, mereka akan membeli secara kredit demi memenuhi kebutuhan mereka dengan tetap memperhatikan kemampuan mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan data yang dilakukan terhadap 35 responden maka didapatkan kesimpulannya yaitu H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga tidak terdapat perbedaan atau perbandingan secara signifikan pada keputusan konsumen dalam hal memilih jenis transaksi secara tunai dan kredit untuk membeli sepeda motor Yamaha di CV. Trijaya Motor.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dendawijaya, Lukman. (2005). *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Field, Andy. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*. London: Sage Publication Ltd.
- Firdaus, A. Dunia. (2013). *Pengantar Akutansi*, Edisi 4. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2008). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Muliawan, Jasa. (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Mulyadi. (2013). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rivai, Veithzal. (2007). *Bank and Financial Institute Management*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Santoso, Singgih. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyowati, Leny. (2010). *Memahami Laporan Keuangan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Gramedia.