

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1. Pengujian Instrumen Penelitian

Ketepatan pengujian suatu hipotesa tentang hubungan variabel penelitian sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian yang dalam proses pengumpulannya seringkali menuntut pembiayaan, waktu dan tenaga yang besar, tidak akan berguna bilamana alat pengukur yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tersebut tidak memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi. Pengujian hipotesis tidak akan mengenai sasarannya, bilamana data yang dipakai untuk menguji hipotesa adalah data yang tidak reliabel dan tidak menggambarkan secara tepat konsep yang diukur.

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Bila seseorang ingin mengukur berat suatu benda, maka dia harus menggunakan timbangan. Timbangan adalah alat pengukur yang valid bila dipakai untuk mengukur berat, karena timbangan memang mengukur berat. Bila panjang yang ingin diukur, maka dia harus menggunakan meteran. Meteran adalah alat pengukur yang valid bila digunakan untuk mengukur panjang, karena memang meteran mengukur panjang. Tetapi timbangan bukanlah alat pengukur yang valid bilamana digunakan untuk mengukur panjang.

Sedangkan reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Misalkan seorang mengukur panjang jarak dua buah bangunan dengan dua

jenis alat ukur, yang satu adalah meteran yang terbuat dari logam, sedangkan yang lainnya adalah dengan menggunakan jumlah langkah kaki. Setiap alat pengukur digunakan sebanyak dua kali untuk mengukur jarak yang sama. Besar sekali kemungkinan hasil pengukuran yang diperoleh dengan pengukur tersebut akan berbeda. Pengukuran yang dilakukan dengan langkah kaki, besar sekali kemungkinannya akan tidak sama karena besar langkah antara pengukuran yang pertama dengan pengukuran yang kedua mungkin berlainan. Dari contoh diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa meteran adalah alat pengukur yang realibel, sedangkan langkah kaki adalah alat pengukur yang kurang realibel.

Dalam penelitian ini, cara yang ditempuh untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan angket yang berisi tentang butir-butir pertanyaan yang kemudian dibagikan kepada responden. Langkah awal sebelum melakukan penyebaran angket kepada seluruh responden adalah melakukan pengujian kualitas data dengan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas setiap daftar pertanyaan. Dalam melakukan pengujian kualitas data, angket di sebarikan kepada 96 orang responden sebagai data penelitian. Hasil dari pengujian validitas dan reliabilitas instrumen pertanyaan tentang motivasi konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio di Kabupaten Sleman dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Hasil Uji Validitas

Dalam pengujian ini koefisien korelasi kritis diperoleh dari tabel distribusi r dengan menggunakan derajat bebas $(N-2) = 96-2 = 96$ dan taraf signifikan sebesar 5 % diperoleh nilai $r\text{-tabel} = 0,2006$

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung (untuk r tiap butir pertanyaan terhadap skor total) lebih besar dari nilai r tabel dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Setelah melalui proses pengolahan data dengan program SPSS, maka hasil uji validitas dapat dilihat dalam Tabel 4.1, adapun perhitungan selengkapnya tentang pengujian validitas ini dapat dilihat dalam lampiran.

Tabel 4.1
Rangkuman hasil uji validitas instrumen pertanyaan
Motivasi Konsumen Terhadap Sepeda Motor Mio

Variabel Motivasi	r xy	r tabel	Keterangan
Keamanan	0.378	0.2006	Valid
Ramah Lingkungan	0.301	0.2006	Valid
Desain	0.375	0.2006	Valid
Model	0.449	0.2006	Valid
Bukan murahan	0.460	0.2006	Valid
Kemudahan suku cadang	0.417	0.2006	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2007

Seperti telah dikemukakan diatas bahwa, bila koefisien korelasi lebih besar dari korelasi kritis ($r\text{-tabel} = 0,2006$), maka butir instrumen dinyatakan valid. Dari hasil uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir dengan skor total diatas 0,2006, sehingga semua butir instrumen pertanyaan keyakinan dan evaluasi dapat dinyatakan valid

b. Uji Keandalan Instrumen Penelitian (Reliability Test)

Dalam pengujian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Program SPSS memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0,60 (Nunnally, dalam Ghozali : 2001)

Hasil uji reliabilitas pertanyaan tentang variabel-variabel penelitian, dapat diringkas sebagaimana yang tersaji dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.2
Ringkasan hasil pengujian reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha	r-kritis	Status
Motivasi Konsumen	0,8607	0,6	Reliabel (Handal)

Sumber : Data primer diolah, 2007

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,8455. Dengan mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Nunnally semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2. Analisis Karakteristik Responden

Analisis deskriptif yaitu analisis yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden dengan menguraikan hal-hal yang berhubungan dengan motivasi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk sepeda motor Yamaha Mio. Analisis ini mengemukakan data-data konsumen seperti karakteristik konsumen yang meliputi jenis kelamin, dan pekerjaan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing-masing jenis kelamin. Dari hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Wanita	78	81%
Pria	18	19%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 81% responden berjenis kelamin wanita dan 19% responden berjenis kelamin pria. Kenyataan ini menunjukkan bahwa konsumen yang menggunakan produk sepeda motor Yamaha Mio didominasi oleh wanita. Hal ini disebabkan karena sepeda motor Yamaha Mio mudah digunakan dan dirancang paling praktis bagi pengendara sepeda motor terutama kaum wanita.

2. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan faktor yang dapat menentukan motivasi konsumen dalam memilih produk sepeda motor. Hal ini disebabkan karena jenis pekerjaan berhubungan tingkat pendapatan dan tingkat aktivitas responden sehingga akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor. Tabel 4.4 menunjukkan jenis pekerjaan responden.

Tabel 4.4

Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai (Swasta, Negeri, dan lain-lain)	24	25%
Pelajar / Mahasiswa	72	75%
Total	96	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2007

Dari tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa pekerjaan responden mayoritas adalah pelajar dan mahasiswa, yaitu sebesar 75% (72 orang). Sedangkan distribusi pekerjaan responden yang lain yaitu pegawai (Swasta, negeri dan lain-lain) yaitu sebesar 24% (25 orang).

Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen sepeda motor Yamaha Mio di Kabupaten Sleman sangat diminati oleh kalangan usia muda seperti pelajar dan mahasiswa. Hal ini disebabkan karena produk sepeda motor Honda Mio diproduksi dengan desain yang sporty dengan segmen adalah kalangan usia muda, sehingga mampu meningkatkan prestise bagi penggunanya.

4.3. Analisis Deskriptive Variabel Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dapat dibuat tabel yang menunjukkan hasil penyebaran kuesioner yang telah berhasil dikumpulkan. Berikut ini disajikan tabel mengenai penilaian konsumen terhadap variabel motivasi pada sepeda motor Yamaha Mio dalam hal keamanan, ramah lingkungan, desain, model, tipe dan kemudahan suku cadang.

1. Penilaian Konsumen terhadap variabel Keamanan

Tabel 4.5

Penilaian Konsumen terhadap Variabel Keamanan

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0.0%
Tidak setuju	0	0.0%
Cukup Setuju	16	16.7%
Setuju	60	62.5%
Sangat Setuju	20	20.8%
Jumlah	96	100%

Sumber : Data primer diolah, 2007

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui penilaian 96 responden terhadap atribut keamanan yaitu tidak ada menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju. Sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju sebanyak 16 orang atau 16,7%, setuju sebanyak 60 orang atau 62,5% dan 20 orang atau 20,8% memberikan penilaian sangat setuju.. Dengan demikian konsumen telah memberikan penilaian yang baik terhadap harga produk Yamaha Mio , dimana sepeda motor ini terasa aman ketika dikendarai.

2. Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Ramah Lingkungan

Tabel 4.6

Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Ramah Lingkungan

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0.0%
Tidak setuju	0	0.0%
Cukup Setuju	15	15.6%
Setuju	63	65.6%
Sangat Setuju	18	18.8%
Jumlah	96	100%

Sumber : Data primer diolah, 2007

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui penilaian 96 responden terhadap variabel ramah lingkungan yaitu tidak ada menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju. Sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju sebanyak 15 orang atau 15,6%, setuju sebanyak 63 orang atau 65,6% dan sangat setuju sebanyak 18 atau 18,8%. Hal ini berarti responden telah memberikan penilaian yang baik, terhadap produk sepeda motor Yamaha Mio, karena sepeda motor ini ramah lingkungan, sehingga tidak menimbulkan polusi udara.

3. Penilaian Konsumen terhadap Variabel Desain

Tabel 4.7

Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Desain

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0.0%
Tidak setuju	0	0.0%
Cukup Setuju	22	22.9%
Setuju	54	56.3%
Sangat Setuju	20	20.8%
Jumlah	96	100%

Sumber : Data primer diolah, 2007

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui penilaian 96 responden terhadap variabel desain yaitu tidak ada menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju. Sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju sebanyak 22 orang atau 22,9%, setuju sebanyak 54 orang atau 56,3% dan sangat setuju sebanyak 20 atau 20,8%. Hal ini berarti responden telah memberikan penilaian yang baik, terhadap desain produk sepeda motor Yamaha Mio, dimana sepeda motor ini desainnya dapat diterima di dalam pergaulannya.

4. Penilaian Konsumen terhadap Variabel Model

Tabel 4.8

Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Model

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0.0%
Tidak setuju	0	0.0%
Cukup Setuju	24	25.0%
Setuju	49	51.0%
Sangat Setuju	23	24.0%
Jumlah	96	100%

Sumber : Data primer diolah, 2007

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui penilaian 96 responden terhadap variabel model yaitu tidak ada menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju. Sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju sebanyak 24 orang atau 25%, setuju sebanyak 49 orang atau 51% dan sangat setuju sebanyak 23 atau 24%. Hal ini berarti responden telah memberikan penilaian yang baik, terhadap model sepeda motor Yamaha Mio, dimana sepeda motor ini modelnya menarik dengan keluaran terbaru.

5. Penilaian Konsumen terhadap Variabel Tipe

Tabel 4.9

Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Tipe Sepeda Motor

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0.0%
Tidak setuju	0	0.0%
Cukup Setuju	15	15.6%
Setuju	52	54.2%
Sangat Setuju	29	30.2%
Jumlah	96	100%

Sumber : Data primer diolah, 2007

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui penilaian 96 responden terhadap variabel tipe yaitu tidak ada menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju. Sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju sebanyak 15 orang atau 15,6%, setuju sebanyak 52 orang atau 54,2% dan sangat setuju sebanyak 29 atau 30,2%. Hal ini berarti responden telah memberikan penilaian yang baik, terhadap sepeda motor Yamaha Mio karena tipe sepeda motor ini buka tipe murahan.

6. Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Ketersediaan suku cadang

Tabel 4.10

Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Ketersediaan Suku Cadang

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0.0%
Tidak setuju	0	0.0%
Cukup Setuju	11	11.5%
Setuju	51	53.1%
Sangat Setuju	34	35.4%
Jumlah	96	100%

Sumber : Data primer diolah, 2007

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui penilaian 96 responden terhadap variabel tipe yaitu tidak ada menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju. Sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju sebanyak 11 orang atau 11,5%, setuju sebanyak 51 orang atau 53,1% dan sangat setuju sebanyak 34 orang atau 35,4%. Hal ini berarti responden telah memberikan penilaian yang baik, terhadap sepeda motor Yamaha Mio karena konsumen merasa mudah untuk mendapatkan suku cadang di saat melakukan service sepeda motor.

Dari analisis deskriptif di atas maka pihak manajemen pemasaran Yamaha Mio hendaknya dapat mempertahankan kualitas sepeda motor yang ada selama ini yang telah dipercaya oleh konsumen sebagai sepeda motor paling berkualitas. Selain itu desain sepeda motor seperti bentuk striping, warna lebih divariasikan lagi, sesuai dengan orientasi pasar yang ada, mengingat kebutuhan konsumen selalu berubah mengikuti trend yang sedang berkembang. Begitu juga dengan harga jual, agar lebih kompetitif dengan produk pesaing yang selalu menawarkan harga yang jauh lebih murah, namun bukan sebagai produk murahan. Harga yang terlalu tinggi mungkin dapat menghambat penjualan, akibat kemampuan daya beli konsumen, tetapi harga yang terlalu murah dapat disangsikan kualitas produknya dan hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi pemasar. Bagi pihak dealer hendaknya memberikan layanan purna jual yang lebih baik, mengingat konsumen akan secara kontinyu melakukan perawatan dan perbaikan sepeda motornya, termasuk dalam mendapatkan suku cadang, sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai.

4.4. Analisis Motivasi Konsumen

Analisa motivasi merupakan model analisis deskriptif terhadap motivasi konsumen yang mengemukakan bahwa persepsi responden terhadap obyek tertentu didasarkan pada tingkat penilaian bahwa obyek yang diteliti. Dari hasil analisis ini diharapkan dapat diketahui bagaimana peranan seorang manajer dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dapat diketahui penilaian responden terhadap variabel motivasi dalam melakukan pembelian produk sepeda motor Yamaha Mio yang terdiri dari keamanan, ramah lingkungan, desain, model, tipe dan kemudahan suku cadang. Melalui penilaian rata-rata sehingga diperoleh skor pada masing-masing variabel penelitian.

Dalam menentukan kriteria penilaian nasabah maka dapat dilakukan dengan interval sebagai berikut :

Skor persepsi terendah adalah : 1

Skor persepsi tertinggi adalah : 5

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Kriteria Motivasi Konsumen

Rata-rata	Kriteria Motivasi
1,00 – 1,80	Sangat rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Cukup tinggi
3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 - 5,00	Sangat tinggi

Hasil perhitungan rata-rata persepsi pada masing-masing variabel motivasi dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.12
Rata-rata Motivasi Konsumen

Variabel Motivasi	Rata-rata	Kriteria
Keamanan	4.04	Motivasi tinggi
Ramah Lingkungan	4.03	Motivasi tinggi
Desain	3.98	Motivasi tinggi
Model	3.99	Motivasi tinggi
Bukan murahan	4.15	Motivasi tinggi
Kemudahan suku cadang	4.24	Motivasi sangat tinggi
Rata-rata Total	4.07	Motivasi tinggi

Sumber : Data primer diolah , 2007

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa motivasi konsumen pada keseluruhan variabel adalah **tinggi**. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata persepsi sebesar 4,07 yang berada pada interval 3,41 – 4,20. Sedangkan motivasi konsumen pada masing-masing variabel, tertinggi terjadi pada pada variabel kemudahan suku cadang dengan persepsi sebesar 4,07 dalam kategori **tinggi**. Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh variabel bukan murahan dengan rata-

rata motivasi sebesar 4,15 (**kategori tinggi**), variabel keamanan dengan persepsi sebesar 4,04 (**kategori tinggi**), variabel ramah lingkungan dengan rata-rata motivasi sebesar 4,03 (**kategori tinggi**), variabel model dengan rata-rata persepsi sebesar 3,99 (**kategori tinggi**), dan motivasi terendah terjadi pada variabel desain dengan rata-rata persepsi 3,98 (**kategori tinggi**).

Berdasarkan hasil analisis motivasi diatas menunjukkan bahwa urutan motivasi konsumen dari urutan terendah hingga tertinggi adalah desain, model, ramah lingkungan, keamanan, bukan murahan dan kemudahan suku cadang.

Motivasi tertinggi konsumen terhadap produk Yamaha Mio adalah kemudahan suku cadang. Hal ini berarti konsumen lebih termotivasi akan rasa aman (*Safety*) dalam memperoleh spare part ketika melakukan pergantian apabila mengalami kerusakan. hal ini penting mengingat sepeda motor merupakan produk yang digunakan dalam jangka waktu yang lama, sehingga kemungkinan akan terjadi kerusakan akibat aus atau kesalahan penggunaan dapat saja terjadi setiap saat dan dimana saja. Jika ditinjau dari safety, kemudahan suku cadang yang baik, dalam hal ini mudah untuk mendapatkan karena sistem distribusinya lancar, maka konsumen ketika menggunakan produk tersebut akan semakin baik.

Motivasi pada urutan kedua terhadap produk Yamaha Mio adalah bukan murahan. Hal ini berarti konsumen lebih termotivasi dalam memilih produk Yamaha Mio ini karena produk ini mampu meningkatkan harga diri bagi konsumen (*Esteem*), dimana produk ini termasuk motor yang bukan murahan.

Motivasi selanjutnya adalah keamanan. Hal ini berarti motivasi konsumen dalam memilih produk Yamaha Mio, karena produk ini aman (*Safety*)

ketika dikendarai mengingat teknologi yang digunakan sangat mendukung tingkat keamanan dan kenyamanan bagi sipengendaranya.

Sedangkan motivasi pada urutan keempat adalah kendaraan yang ramah lingkungan. hal ini berarti konsumen termotivasi untuk memilih produk Yamaha Mio, karena produk ini aman (*Safety*) dari polusi udara, sehingga tidak mengganggu lingkungan.

Motivasi konsumen pada urutan kelima adalah model. Hal ini berarti konsumen termotivasi untuk menggunakan sepeda motor Yamaha Mio karena produk ini sesuai dengan model yang diinginkan oleh konsumen (*Belonginess*), dimana produk ini terus mengalami inovasi produk yang baik, yang ditunjukkan dengan munculnya produk Mio Sporty yang sangat cocok untuk kalangan usia muda.

Motivasi terendah konsumen adalah desain yang menarik. Hal ini berarti motivasi konsumen dalam memilih produk sepeda motor Yamaha Mio motivasi terendah adalah desain yang menarik. Hal ini disebabkan karena banyaknya produk-produk pesaing yang mengeluarkan model yang jauh lebih menarik lagi seperti pada Honda Vario, yang merupakan produk pesaing utama. Hal inilah yang menyebabkan konsumen kurang termotivasi terhadap desain karena kurang sesuai dengan harapan konsumen (*Belonginess*).

4.5. Pembahasan dan Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil analisis motivasi konsumen terhadap sepeda motor Mio menunjukkan bahwa konsumen telah memiliki motivasi yang tinggi terhadap seluruh variabel motivasi pada sepeda motor Yamaha Mio yang terdiri dari keamanan, ramah lingkungan, model, desain, tipe bukan murahan dan kemudahan suku cadang. Sedangkan variabel kemudahan suku cadang merupakan variabel yang paling diunggulkan oleh konsumen dalam memilih produk sepeda motor Mio. Hal ini disebabkan karena Mio diproduksi oleh Yamaha, dimana keberadaan perusahaan ini sudah lama dikenal oleh masyarakat luas di wilayah Kabupaten Sleman, yang sistem distribusi produknya telah menyebar baik di daerah perkotaan maupun di daerah pedesaan, sehingga semua orang akan sangat mudah menjangkau lokasi-lokasi dealer Yamaha. Dengan distribusi yang baik maka kelancaran suku cadangpun tidak diragukan lagi oleh konsumen, sehingga mereka tidak perlu khawatir jika terjadi kerusakan / atau melakukan perbaikan sepeda motornya karena kesulitan dalam memperoleh suku cadangnya. Untuk itu pihak manajemen harus dapat mempertahankan sistem distribusi yang selama ini dilakukan dan terus mengembangkan lokasi-lokasi sebagai saluran distribusi utama agar keberadaan dealer-dealer Yamaha semakin dekat dengan konsumen.

Sementara pada variabel desain dan model merupakan variabel yang paling rendah memberikan motivasi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena setelah sukses pada pemasaran Yamaha Mio sebagai motor matic pertama di Indonesia, banyak perusahaan pesaing yang mengeluarkan produk yang sama dengan nama dan merek yang berbeda, namun model dan desainnya jauh lebih baik, seperti pada sepeda motor Honda VARIO, yang

sekarang ini merupakan pesaing utama dan juga sebagai pesain baru muncul seperti Suzuki Spin.

Untuk itu pihak manajemen harus selalu memprioritaskan pengembangan produk sepeda motor Mio ini dengan desain yang semakin menarik seperti striping, modelnya yang sporty, sehingga semakin disukai oleh kalangan usia muda sebagai target segmen pasar sepeda motor Yamaha Mio ini. Walaupun telah muncul tipe baru dari Yamaha Mio yaitu MIO SPORTY, namun secara keseluruhan body sepeda motor ini masih hampir sama, bahkan terasa kecil ketika digunakan oleh konsumen pria. Untuk itu kedepan pihak manajemen tidak saja, mendesain produk Yamaha ini hanya untuk segmen wanita saja, seperti yang melekat dibenak konsumen selama ini, tetapi juga cocok ketika digunakan oleh kalangan pria.

Langkah-langkah teknis yang telah dikemukakan diatas, masih perlu ditunjang oleh langkah-langkah secara umum oleh produsen sepeda motor Yamaha Mio yaitu melakukan promosi terhadap produk-produk sepeda motor. Hal ini penting agar konsumen akan memperoleh informasi yang sejelas-jelasnya tentang produk sepeda motor baru, keunggulan produk dibandingkan dengan produk lain, informasi harga, dan informasi cara mendapatkan produk tersebut baik dengan cara cash maupun kredit.

Dengan langkah-langkah diatas diharapkan image konsumen terhadap produk sepeda motor akan tinggi sehingga mampu mengangkat nilai sepeda motor Yamaha Mio tersebut termasuk nilai jual kembali. Produk yang telah diakui oleh masyarakat sebagai produk yang baik seperti produk-produk Yamaha, produk ini masih memiliki nilai jual kembali yang tinggi, sehingga produk bekaspun masih laku di pasaran.