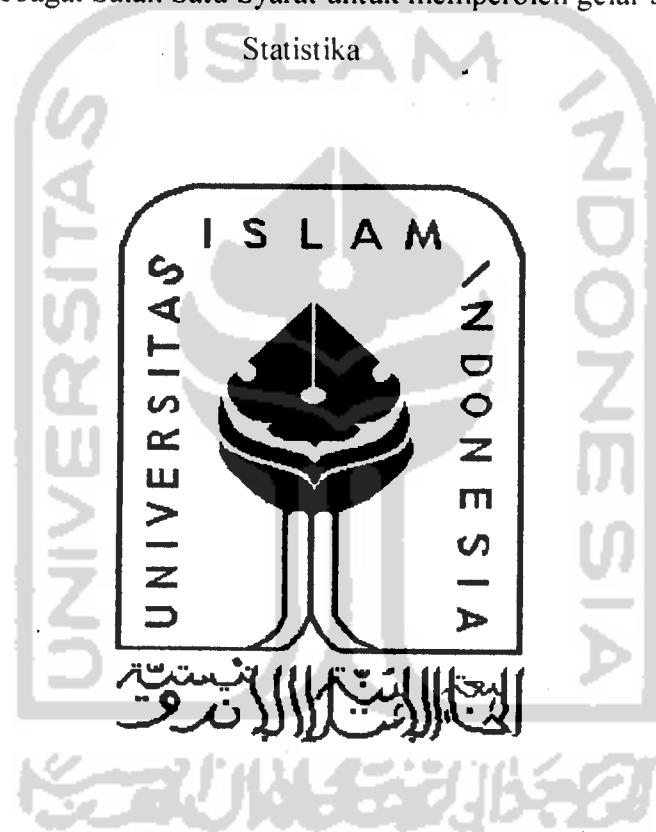


**PENGARUH FAKTOR HARGA, KUALITAS, PERAWATAN DAN
JAMINAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI
SEPEDA MOTOR HONDA BEBEK
DI YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh gelar Sarjana



Disusun oleh :

Surya Nendra Permana

97 611 028

**JURUSAN STATISTIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2003**

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disahkan dan disetujui untuk diuji

Pada tanggal, november 2002



Dosen pembimbing I

(Prof. Drs. Suryo Guritno, M. Stat. Phd.)

Dosen pembimbing II

(RB. Fajriya Hakim, M.Si.)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

PENGARUH FAKTOR HARGA, KUALITAS, PERAWATAN DAN JAMINAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI SEPEDA MOTOR HONDA BEBEK DI YOGYAKARTA

TUGAS AKHIR

Surya Nendra Permana

No. Mhs : 97 611 028

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Penguji Skripsi
Jurusan Statistika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 08 Januari 2003

Penguji

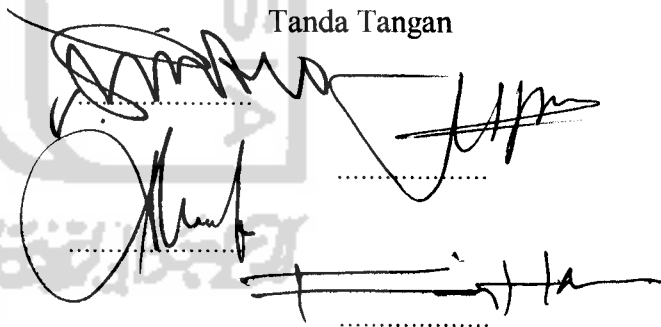
1. Prof. Drs. Suryo Guritno, M. Stats. Ph. D.

2. Drs. Supriyono, M. Sc.

3. Jaka Nugraha, M. Si.

4. RB. Fajriya Hakim, M. Si.

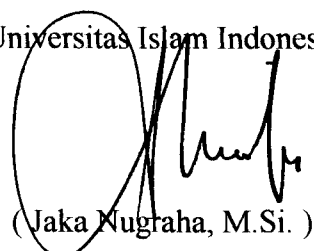
Tanda Tangan



Mengetahui

Dekan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Universitas Islam Indonesia



(Jaka Nugraha, M.Si.)

MOTTO



Katakanlah : " Kalau sekiranya lautan menjadi tinta untuk (menulis) kalimat-kalimat Tuhanku, sungguh tiada habislah lautan itu sebelum habis (ditulis) kalimat-kalimat Tuhanku, meskipun Kami datangkan tambahan sebanyak itu (pula)".

(Al Kahfi : 109)

Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu berat kecuali bagi orang-orang yang kfiusyu".

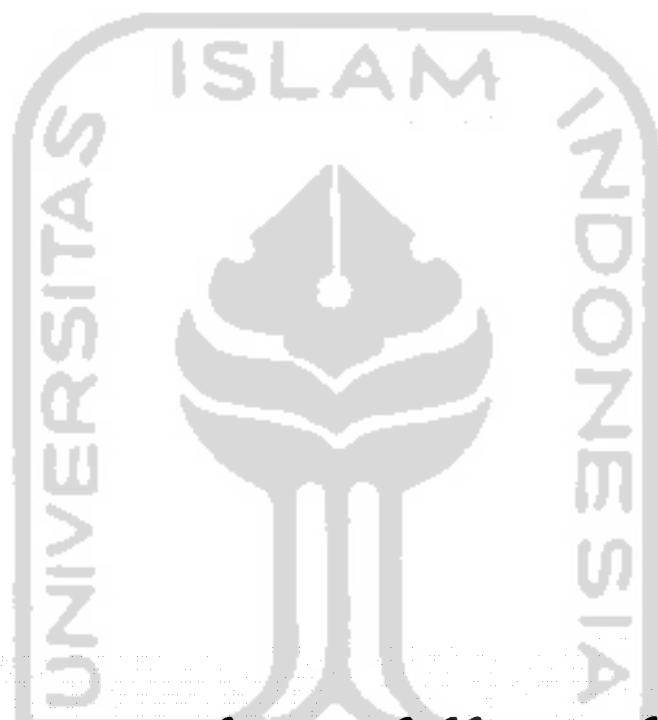
(Al Baqarah : 45)

...Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.

(Al Baqarah : 185)

" Bila aku menanam penderitaanku di ladang kesabaran, akan berbuahakan kebahagiaan "

(The Spiritual Sayings, Kahlil Gibran)



Karya ini kupersembahkan untuk

Ayah dan Ibu

Istri dan Putriku Tercinta

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Konsep Inti Pemasaran	8
2.2. Pengertian Pemasaran	11
2.3. Pengertian Manajemen Pemasaran	12

2.4. Pengertian Perilaku Konsumen	12
2.5. Teori Perilaku Konsumen	13
2.6. Model Perilaku Konsumen	14
2.7. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
2.8. Pembelian	20
2.9. Produk	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Obyek dan Tempat Penelitian	27
3.2. Tahapan Penelitian	32
3.2.1. Orientasi Pasar	32
3.2.2. Menetapkan Tujuan Penelitian	32
3.2.3. Melakukan Studi Literatur	32
3.2.4. Menentukan Variabel Penelitian	33
3.2.5. Menetapkan Alat Pengumpulan Data	35
3.2.6. Membuat Kuesioner Sebagai Instrumen Penelitian	36
3.2.7. Menentukan Sampel Dan Jumlah Responden	38
3.2.8. Menentukan Teknik Pengolahan Data	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Data Hasil Kuesioner	54
4.2. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	56
4.2.1. Faktor Harga	56
4.2.2. Faktor Kualitas	58
4.2.3. Faktor Perawatan.....	61
4.2.4. Faktor Jaminan Purna Jual	63

4.3. Hasil Analisis Deskriptif	67
4.3.1. Tanggapan Konsumen Terhadap Harga	67
4.3.2. Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas.....	68
4.3.3. Tanggapan Konsumen Terhadap Perawatan.....	69
4.3.4. Tanggapan Konsumen Terhadap Jaminan Purna Jual.....	69
4.4. Hasil Analisis Bobot Faktor	71
4.4.1. Belanja Statistik Induk	71
4.4.2. Menghitung Statistik Dispersi	71
4.4.3. Menghitung Bobot Faktor dalam Konstrak	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



INTISARI

Penelitian yang dilakukan penulis bertujuan untuk mengetahui apakah keputusan membeli sepeda motor merk Honda bebek di Yogyakarta dipengaruhi oleh faktor harga, kualitas, perawatan, dan jaminan purna jual serta urutan besarnya pengaruh dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli sepeda motor merk Honda bebek di Yogyakarta.

Pengumpulan data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pemilik sepeda motor Honda bebek di Yogyakarta sehingga diperoleh data yang bersifat kuantitatif dan diproses secara kualitatif. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas serta dilanjutkan dengan analisis bobot faktor.

Dari proses pengolahan data diperoleh hasil bahwa faktor harga, kualitas, perawatan dan jaminan purna jual berpengaruh terhadap keputusan membeli sepeda motor Honda bebek dan faktor kualitas memiliki bobot pengaruh terbesar yaitu 34,517 %, sedangkan faktor yang lain (secara berurutan dari yang terbesar) faktor harga, jaminan purna jual dan perawatan.

Kata Kunci : Harga, Kualitas, Perawatan, Jaminan Purna Jual, Kualitatif, Kuesioner, Deskriptif, Validitas, Reliabilitas, dan Bobot Faktor

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi akan mempengaruhi secara langsung terhadap perkembangan sektor perekonomian. Perkembangan perekonomian ini ditandai dengan banyaknya perusahaan yang bermunculan dengan memproduksi berbagai macam produk yang mungkin sama dengan perusahaan lain yang ada sebelumnya, tetapi dengan memberikan suatu alternative yang berbeda / inovasi. Dimana produk tersebut menawarkan manfaat yang sama-sama dapat memuaskan konsumen. Hal ini menjadikan kondisi persaingan diantara produk-produk itu sendiri semakin ketat.

Pada kondisi yang demikian, berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian suatu perusahaan di bidang pemasaran adalah mengetahui, memilih dan menguasai kesempatan pemasaran yang selalu berubah dan berbeda. Namun jika kondisi pasar yang semakin komplek dengan berbagai tuntutan pembeli dengan disertai pula oleh semakin ketatnya persaingan maka perusahaan harus mampu menawarkan sesuatu yang mempunyai nilai lebih kepada konsumen.

Demikian pula dalam perdagangan produk-produk sepeda motor yang banyak sekali pilihannya tidak lepas dari kondisi semacam tersebut diatas. Untuk mengatasi maka perusahaan akan menjalankan strategi pemasaran yang telah ditetapkan.

Berkaitan dengan konsep pemasaran yang banyak diterapkan perusahaan sekarang ini dalam menjalankan operasinya, maka keberhasilan perusahaan sangat ditentukan oleh kepuasan konsumen.

Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah dasar kebenaran ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Berdasar pada pengertian diatas, maka menjadi jelas bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor yang dapat dijadikan tolok ukur keberhasilan perusahaan, yang berarti apakah dimasa yang akan datang perusahaan tersebut dapat melangsungkan hidupnya atau tidak sangat tergantung pada kepuasan yang diperoleh konsumen.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran perusahaan melakukan strategi pemasaran yang meliputi empat variabel yang tak terpisahkan yaitu Kualitas Produk, Harga, Perawatan, dan Jaminan Purnajual. Keempat variable tersebut sangat penting dalam rangka meraih konsumen.

Dengan memperhatikan latar belakang pemikiran diatas tentunya dibutuhkan suatu pemecahan dimana perusahaan harus dapat melakukan pemahaman mengenai perilaku konsumen terhadap suatu produk. Produk yang bagaimanakah yang diinginkan konsumen serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk.



Bertitik tolak dari permasalahan diatas maka penelitian ini penulis memilih topik tersebut dengan judul "PENGARUH FAKTOR HARGA, KUALITAS, PERAWATAN DAN JAMINAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI SEPEDA MOTOR MERK HONDA JENIS BEBEK DI YOGYAKARTA".

1.2. Rumusan Masalah

- 1.2.1. Apakah faktor harga, kualitas, perawatan, dan jaminan purna jual berpengaruh terhadap pembelian sepeda motor merk Honda jenis bebek di Yogyakarta?
- 1.2.2. Diantara faktor harga, kualitas, perawatan, dan jaminan purna jual, manakah yang paling besar dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli sepeda motor merk Honda jenis bebek?

1.3. Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tetap terarah dan berada dalam batas-batas yang ada, maka ruang lingkup penelitian dibatasi sebagai berikut :

- 1.3.1. Obyek penelitian hanya dilakukan pada konsumen yang memiliki dan membeli motor merk Honda jenis bebek di Yogyakarta.
- 1.3.2. Obyek penelitian dilakukan hanya pada kepemilikan atau pembelian perorangan.
- 1.3.3. Faktor yang mempengaruhi perbedaan perilaku konsumen karena adanya perbedaan karaktersitik dibatasi berdasarkan tingkat pendidikan.
- 1.3.4. Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih sepeda motor merk Honda jenis bebek karena adanya usaha-usaha pemasaran yang dilakukan perusahaan meliputi :

- a. Harga, meliputi harga jual, potongan (diskon), jangka waktu pembayaran, dan alat pembayaran.
 - b. Kualitas, meliputi ketahanan motor, keawetan motor, keandalan motor, kenyamanan motor.
 - c. Perawatan, meliputi pelayanan servis, biaya perawatan, tersedianya suku cadang asli, kemudahan dalam perawatan.
 - d. Jaminan purna jual, meliputi lama garansi, bagian yang digaransi, harga juaal kembali.
- 1.3.5. Diasumsikan bahwa responden adalah pembeli sepeda motor Honda bebek di Yogyakarta.
- 1.3.6. Metode sampling yang digunakan adalah pengambilan sampel bertujuan (Purposive Sampling). Dalam teknik ini, Pengambilan sampel disesuaikan dengan tujuan penelitian. Dengan kata lain, unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian(7, hal. 23). Dalam penelitian ini berarti sampel yang diambil adalah konsumen yang memiliki / membeli produk sepeda motor merk Honda di Yogyakarta.
- 1.3.7. Metode pengolahan dilakukan dengan Analisis Butir Instrumen, dengan menggunakan Software SPSS 11.0 dengan buku acuan Buku latihan SPSS Statistik Parametrik dan Non Parametrik Singgih Santoso. Jakarta, 2001.
- 1.3.8. Usulan pemecahan masalah hanya dilakukan terhadap kondisi yang terjadi pada saat ini, tanpa meninjau adanya perubahan yang mungkin dilakukan oleh produsen.

1.4. Tujuan Penelitian

Di dalam penulisan skripsi ini, penulis bertujuan menerapkan ilmu-ilmu yang didapat dari bangku kuliah, selain mencoba membantu permasalahan yang dihadapi perusahaan. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah :

- 1.4.1. Untuk mengetahui : Apakah keputusan dalam membeli sepeda motor merk Honda jenis bebek di Yogyakarta dipengaruhi oleh faktor harga, kualitas, perawatan, jaminan purna jual.
- 1.4.2. Mengetahui urutan besarnya pengaruh dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli sepeda motor merk Honda jenis bebek di Yogyakarta

1.5. Manfaat Penelitian

- 1.5.1. Bagi perusahaan/produsen, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran dan bahan masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan, terutama didalam aktivitas untuk menentukan strategi pemasaran yang lebih baik karena telah memasukkan faktor-faktor yang sebelumnya tidak diperhatikan, dengan demikian perusahaan/produsen dapat mempengaruhi konsumen agar para konsumen tersebut menjadi tahu, senang, lalu membeli produk yang ditawarkan dan akhirnya konsumen menjadi puas sehingga mereka akan selalu membeli produk perusahaan itu. Dengan begitu sebuah perusahaan/produsen akan dapat meningkatkan keuntungannya.
- 1.5.2. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan kesempatan untuk menerapkan teori-teori yang telah diperoleh dibangku kuliah kedalam praktek yang sesungguhnya, dan untuk menambah wawasan mengenai masalah-masalah yang dihadapi didalam perusahaan.

1.5.3. Bagi masyarakat, dengan mengisi kuesioner yang dibagikan diharapkan masyarakat dapat mengevaluasi kembali tindakanya. Sehingga dalam menentukan pilihannya di waktu yang lain dapat memasukkan faktor-faktor yang belum mereka perhatikan sebelumnya.

1.6. Sitematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami hasil penelitian ini, maka penulis menggunakan sitematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang pemilihan judul, pokok masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode pengumpulan data, data yang diperlukan dan alat untuk analisis data serta sitematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisikan tentang teori yang menunjang pada pokok persoalan dan pemecahannya, antara lain tentang pemasaran, konsep pemasaran, perilaku konsumen, dan statistik untuk pengolahan dan analisis data.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan tentang tahap-tahap pengolahan data hingga dicapai kesimpulan akhir.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan tentang data-data yang akan dibahas dan analisa data yang diperlukan serta pembahasan mengenai hasil yang diperoleh dari pengolahan data untuk mengambil kesimpulan dari penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis data dan saran-saran bagi produsen sebagai masukan untuk pemecahan masalah.

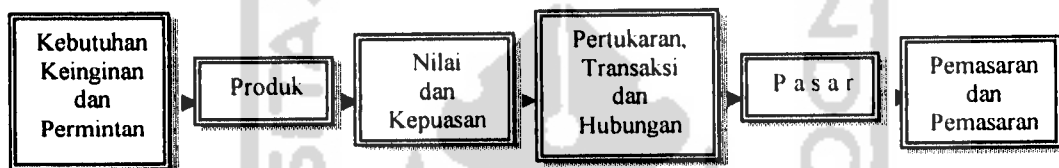


BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Konsep Inti Pemasaran

Definisi Pemasaran yang telah disebutkan di atas disusun berdasarkan konsep inti : *kebutuhan, keinginan dan permintaan ; produk ; nilai dan kepuasan ; pertukaran, transaksi dan hubungan ; pasar ; pemasaran dan pemasar*. Konsep ini dapat digambarkan seperti di bawah ini :



Gambar II.1. Konsep Inti Pemasaran

Sumber : Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Prentice-Hall, 1994.

2.1.1. Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan

Secara sekilas makna kata kebutuhan, keinginan dan permintaan adalah sama. Tapi sebenarnya ada perbedaan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan.

Kebutuhan adalah keadaan merasa tidak memiliki kepuasan dasar. Contohnya seperti kebutuhan akan makanan, pakaian, perlindungan, hak milik, harga diri. Kebutuhan tidak diciptakan oleh pemasar (*produsen*), namun sudah terukir dalam hati setiap manusia.

Keinginan adalah hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tersebut. Contoh : seseorang butuh makan dan ingin makan nasi gudeg. Sebenarnya kebutuhan

manusia itu sedikit tapi keinginan yang banyak. Keinginan manusia dibentuk oleh kekuatan seperti sekolah, keluarga dan tempat kerja.

Permintaan adalah keinginan akan suatu produk yang didukung dengan kemampuan serta kesediaan membelinya. Keinginan akan menjadi permintaan bila didukung oleh daya beli. (6, hal. 8)

2.1.2. Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kegunaan produk fisik bukan terletak pada kepemilikannya tapi pada jasa atau manfaat yang dapat diberikannya.

2.1.3. Nilai dan Kepuasan

Nilai adalah perkiraan konsumen tentang kemampuan total suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya. Konsumen akan menentukan peringkat produk, dari yang paling memenuhi sampai yang paling tidak memenuhi kebutuhannya.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

2.1.4. Pertukaran, Transaksi dan Hubungan

Pertukaran adalah cara mendapatkan suatu produk yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai gantinya. Untuk terjadinya sebuah pertukaran diperlukan syarat-syarat berikut ini :

1. Sekurang-kurangnya ada dua pihak
2. Masing-masing pihak memiliki sesuatu yang bernilai bagi pihak lain
3. Masing-masing pihak dapat berkomunikasi dan menyerahkan barang
4. Masing-masing pihak bebas menerima atau menolak penawaran yang ada



5. Masing-masing pihak memang menginginkan dan bersedia berurusan dengan pihak lain.

Pertukaran merupakan sebuah proses, dimana masing-masing pihak berunding dan mengarah ke suatu persetujuan. Jika persetujuan dapat dicapai, disebut dengan *transaksi*. Transaksi adalah pertukaran nilai antara dua pihak yang merupakan unit pertukaran terkecil. Ada beberapa aspek dalam transaksi :

1. Ada dua barang yang memiliki nilai
2. Syarat-syarat yang disetujui
3. Waktu dan tempat persetujuan

Proses menuju syarat yang paling disetujui disebut dengan negosiasi. Hasil negosiasi berupa syarat yang disetujui bersama atau tidak ada kesepakatan untuk melakukan transaksi.

Hubungan dilakukan oleh pemasar untuk membangun suatu aset perusahaan berupa jaringan pemasar.

2.1.5. Pasar

Pasar adalah himpunan pembeli potensial atas suatu produk. Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu serta mau dan mampu turut dalam pertukaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan.

2.1.6 Pemasaran dan Pemasar

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain.

Pemasar adalah orang yang mencari sumbernya dari orang lain dan mau menawarkan sesuatu yang bernilai untuk itu. (6, hal.5).

2.2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok perusahaan yang bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran.

Kadang-kadang istilah pemasaran sering dikacaukan dengan pengertian penjualan, perdagangan dan distribusi. Padahal istilah-istilah tersebut hanya merupakan satu bagian dari seluruh sistem pemasaran. Beberapa ahli telah mengemukakan definisi tentang pemasaran yang kelihatannya agak berbeda meskipun sebenarnya sama. Perbedaan ini disebabkan karena mereka meninjau pemasaran dari segi yang berbeda misalnya dari segi fungsi, barang, lembaga dan manajemennya.

Definisi pemasaran menurut *Philip Kotler* dalam bukunya *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan pengendalian* (1994) adalah sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana melalui proses itu individu-individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan diinginkan dengan cara menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain.

Di dalam *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen* oleh *Basu Swasta* dan *T. Hani Handoko* (11, hal. 3) dijelaskan definisi pemasaran menurut *William J. Stanton* adalah “*suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik pada pembeli yang ada maupun pembeli potensial*”.

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa pemasaran sebenarnya jauh lebih luas daripada arti penjualan.

2.3. Pengertian Manajemen Pemasaran

Definisi Manajemen Pemasaran menurut *Philip Kotler* (6, hal. 16) adalah “*proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menghasilkan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan perorangan atau organisasi*”.

Dari definisi diatas ternyata tugas seorang manajer pemasaran tidak hanya berusaha mendapatkan cukup konsumen bagi hasil produksi perusahaan, tetapi juga bertugas merancang, memodifikasi produk, melancarkan proses pertukaran, menetapkan harga dengan tepat agar tetap dapat mempertahankan target pasar bahkan jika mungkin memperluas pasarnya.

2.4. Pengertian Perilaku Konsumen

Dalam menganalisa perilaku konsumen harus mengamati kegiatan-kegiatan yang sulit untuk diamati. Karena tidak hanya mempelajari apa yang dibeli, tetapi juga dimana, bagaimana kebiasaannya, berapa banyak yang dibeli, dan dalam kondisi macam apa barang-barang atau jasa itu dibeli.

Tanpa mengetahui serta mengerti sifat kebiasaan dan keinginan mereka, maka perusahaan tidak dapat mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Oleh sebab itu dalam membuat suatu perencanaan pemasaran serta penetapan strategi pemasran, perusahaan harus mempelajari segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen.

2.5. Teori Perilaku Konsumen

Untuk mengetahui dan memahami proses yang mendasari dan mengarahkan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian, perlu diketahui beberapa teori perilaku konsumen.

1. Teori Ekonomi Mikro

Teori ini mendasarkan pada suatu pengertian bahwa orang itu adalah ekonomis, rasional pada saat ia bertindak karena tertarik sesuatu

2. Teori Psikologis

Teori ini mendasarkan pada faktor-faktor psikologis individu yang selalu dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan.

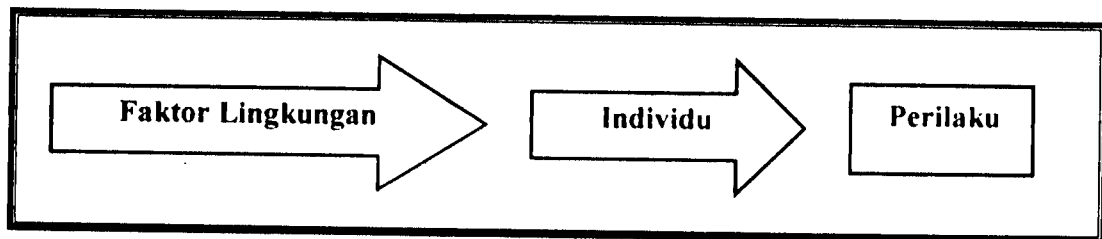
3. Teori Sosiologis

Teori ini menitikberatkan pada hubungan dan pengaruh antara individu-individu yang dikaitkan dengan tingkah mereka.

4. Teori Anthropologis

Teori ini menekankan perilaku pembelian dari sekelompok masyarakat yang ruang lingkupnya lebih luas, seperti kebudayaan, sub kultur dan kelas-kelas sosial.

Semua teori tersebut di atas merupakan variasi dari pola dasar seperti yang tampak pada gambar berikut ini :



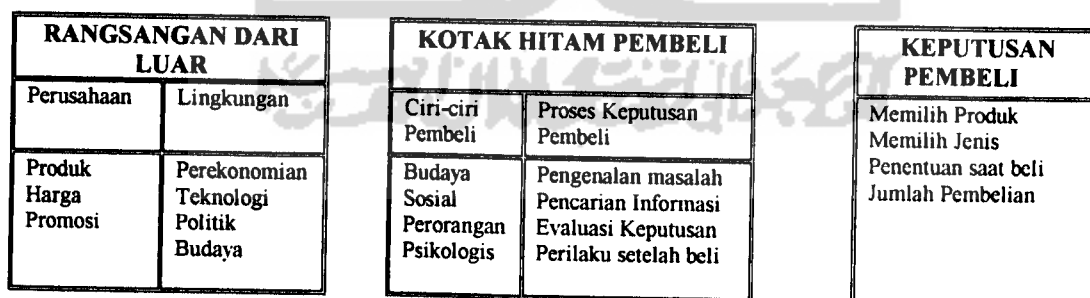
Gambar II.2. Pola dasar teori perilaku konsumen

Sumber : Basu Swastha dan hani handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*, Liberty, 1987.

Pada gambar II.2. diperlihatkan bahwa perilaku konsumen ditimbulkan oleh adanya beberapa bentuk interaksi antara faktor-faktor lingkungan di satu pihak dan individu di lain pihak.

2.6. Model Perilaku Konsumen

Model perilaku konsumen menjelaskan bagaimana seorang konsumen melewati proses untuk melakukan keputusan membeli. Berbagai rangsangan (*stimulus*) baik dari luar konsumen maupun yang berasal dari dalam diri seorang konsumen, sangat mempengaruhi proses pengambilan keputusan untuk membeli sesuatu. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar II.3. :



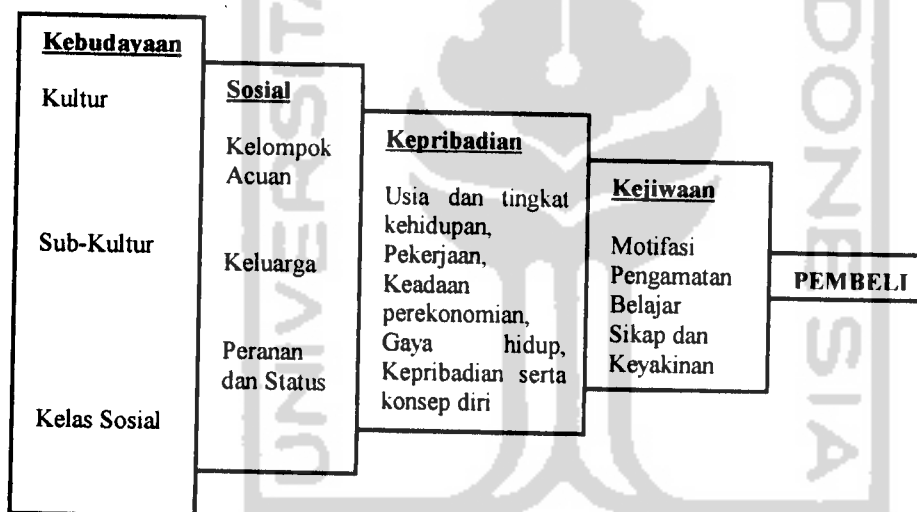
Gambar II.3. Model Perilaku Konsumen

Sumber : Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Prentice-Hall, 1994.

Dengan adanya model perilaku konsumen di atas maka dapat diketahui karakteristik pembeli yang mempunyai budaya, sosial, pribadi dan faktor psikologis yang berbeda. Juga dapat di ketahui bagaimana pembeli membuat keputusan untuk melakukan pembelian.

2.7. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Tujuan tiap kegiatan pemasaran adalah mempengaruhi konsumen untuk membeli barang dan jasa perusahaan. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian seperti digambarkan di bawah ini :



Gambar II.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Sumber : Philip Kotler, Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian, Prentice-Hall, 1994.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah :

1. Faktor Kultural, terdiri dari beberapa sub faktor yaitu : Kebudayaan, Sub Budaya dan kelas Sosial.

- 1.1. *Kebudayaan* merupakan keseluruhan sistem, gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik dari manusia dengan belajar. Perilaku konsumen juga ditentukan oleh kebudayaan yang tercermin pada cara hidup, tradisi dan permintaan barang jasa di pasar.
 - 1.2. *Kebudayaan Khusus (Sub-Culture)* adalah kelompok orang dengan sistem nilai yang didasarkan pada pengalaman hidup dan situasi yang bersifat umum.
 - 1.3. *Kelas Sosial* merupakan sebuah kelompok yang relatif homogen yang bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang termasuk dalam sebuah jenjang dan para anggota dalam setiap jenjang memiliki nilai moral dan tingkah laku yang sama. Perilaku konsumen antar kelas sosial akan sangat berbeda karena menyangkut aspek-aspek sikap yang berbeda.
2. Faktor Sosial, terdiri dari :
- 2.1. *Kelompok* terjadi karena adanya interaksi sosial yang terus menerus, yang disebut kelompok sosial. Kesatuan individu disebut kelompok sosial bila setiap orang sadar bahwa ia merupakan bagian dari kelompok yang bersangkutan, adanya interaksi di antara anggota kelompok, terdapat suatu faktor yang dimiliki bersama. Bentuk-bentuk kelompok sosial dapat digolong-golongkan atas dasar berbagai kriteria, sebagai berikut :
 - 2.1.1. *Face to face group* merupakan kelompok sosial yang anggotanya saling mengenal secara erat.

2.1.2. *Kelompok Primer* adalah kelompok yang ditandai dengan ciri-ciri adanya saling kenal antar anggota dan kerja erat yang bersifat pribadi.

Kelompok Sekunder adalah kelompok yang terdiri dari banyak orang dan hubungan antar anggota tidak perlu mengenal secara pribadi dan tidak bersifat langgeng.

2.1.3. *Kelompok Formal* adalah kelompok yang mempunyai peraturan yang tegas dan dengan sengaja diciptakan untuk mengatur hubungan anggotanya. *Kelompok Informal* adalah kelompok yang tidak mempunyai struktur organisasi tertentu.

2.1.4. *Kelompok Refensi* adalah kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian dan perilakunya dan seseorang tersebut bukan anggota kelompok tersebut.

2.2. *Keluarga*, istilah ini digunakan untuk menggambarkan berbagai macam bentuk rumah tangga, yaitu :

2.2.1. *Keluarga Inti (Nuclear Family)* menunjukkan lingkup keluarga meliputi ayah, ibu dan anak-anak yang hidup bersama.

2.2.2. *Keluarga Besar (Extended Family)* menunjukkan keluarga inti ditambah dengan orang-orang yang mempunyai ikatan saudara dengan keluarga tersebut. Seperti kakak, nenek, kakek, paman, bibi dan menantu.

2.3. *Peranan dan Status*, posisi seseorang dalam tiap-tiap kelompok dapat dipastikan memiliki peranan dan status. *Peranan* adalah kegiatan-kegiatan seseorang yang diharapkan orang lain untuk melaksanakan pekerjaan menurut orang-orang disekelilingnya. *Status* adalah penghargaan umum tertentu yang diberikan oleh masyarakat.

3. Faktor Pribadi yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain :

3.1. *Umur dan Tingkatan Kehidupan Seseorang*, akan mempengaruhi barang dan jasa yang mereka beli dalam seluruh waktu hidupnya.

3.2. *Pekerjaan*, dapat mempengaruhi dalam pola konsumsi seseorang. Setiap pemasar berusaha untuk mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat lebih dari rata-rata pada produk dan jasa mereka.

3.3. *Keadaan Ekonomi*, seseorang akan berpengaruh terhadap pemilihan produk. Keadaan ekonomi meliputi pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan, kekayaan, hutang, kekuatan untuk meminjam dan pendirian terhadap belanja dan menabung.

3.4. *Gaya Hidup*, adalah pola hidup seseorang yang diwujudkan dalam tindakan, minat dan pendapat mereka. Orang yang berasal dari kebudayaan, kelas sosial dan pekerjaan yang sama, mungkin mempunyai gaya hidup yang berbeda.

3.5. *Kepribadian dan Konsep Diri*, kepribadian adalah organisasi dari faktor-faktor biologis, psikologis, sosiologis yang mendasari perilaku individu. Konsep diri menggambarkan hubungan antara bagaimana individu menilai dirinya sendiri dan perilaku yang mereka perlihatkan sebagai konsumen.

4. Faktor Psikologis yang menjadi dasar dalam perilaku konsumen antara lain :

- 4.1. *Motifasi* yang ada pada seseorang akan mewujudkan sesuatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan pencapaian sasaran kepuasan.. Setiap kegiatan yang dilakukan seseorang didorong oleh sesuatu yang berasal dari dalam diri orang tersebut. Definisi motif menurut *Basu Swastha* adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan.
- 4.2. *Pengamatan (persepsi)*, adalah suatu proses dengan mana konsumen menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungan. Persepsi setiap orang berbeda meskipun menghadapi situasi yang sama. Hal ini disebabkan tiga proses persepsi ; penerimaan rangsangan yang selektif, perubahan makna secara selektif, dan mengingat sesuatu secara selektif yang berbeda-beda dalam situasi yang sama. Hal ini mendorong seseorang untuk berbuat sesuatu yang berbeda sebagai suatu tanggapan yang berbeda.
- 4.3. *Belajar*, merupakan perubahan-perubahan yang relatif permanen dalam perilaku manusia yang terjadi akibat adanya pengalaman. Hasil belajar akan memberikan tanggapan tertentu yang cocok dengan rangsangan tertentu. Tanggapan konsumen sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu. Apabila konsumen merasa puas maka tanggapan akan diperkuat dan ada kecenderungan tanggapan yang sama akan terulang.
- 4.4. *Sikap dan Keyakinan*. Sikap seseorang merupakan predisposisi atau keadaan mudah terpengaruh untuk meberikan tanggapan terhadap rangsangan lingkungan yang dapat memulai atau membimbing tingkah laku seseoreang. Sikap biasanya memberikan penilaian menerima atau menolak terhadap obyek atau produk yang dihadapinya. Keyakinan adalah gambaran buah

pikiran seseorang tentang sesuatu. Seorang pemasar harus memperhatikan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Keyakinan ini akan mendorong terciptanya kesan terhadap produk atau merk, dan konsumen akan bertindak menurut keyakinan tersebut.

2.8. Pembelian

2.8.1. Arti dan Tujuan Pembelian

Konsumen mempunyai alasan untuk melakukan pembelian produk atau barang yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya. Pemenuhan kebutuhan tersebut untuk dikonsumsi atau untuk dijual kembali.

Pembelian untuk dikonsumsi dilakukan oleh perusahaan industri, rumah tangga konsumsi dan para konsumen terakhir. Sedangkan pembelian untuk dijual kembali dilakukan oleh pedagang besar dan pedagang kecil.

Hal pertama yang harus dipecahkan oleh setiap konsumen yang akan mengadakan pembelian adalah menetapkan barang apa atau jasa mana yang dibutuhkan. Kemudian mencari penjual barang atau jasa yang bersangkutan sesuai dengan kuantitas dan kualitas yang dibutuhkan. Sehingga konsumen akan merasa puas karena keinginannya terpenuhi. Untuk itu konsumen harus selektif di dalam menetapkan barang atau jasa yang dibutuhkan yang akan dibelinya.

2.8.2. Struktur Keputusan Membeli

Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan sekumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan membeli mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh komponen :

1. Keputusan tentang jenis produk

Perusahaan harus memusatkan perhatiannya pada orang-orang yang mempunyai motif dan alternatif yang telah mereka pertimbangkan

2. Keputusan tentang bentuk produk

Dalam hal ini perusahaan harus melakukan riset pemasaran untuk mengetahui selera konsumen tentang produk bersangkutan agar dapat memaksimalkan daya tarik.

3. Keputusan tentang merk

Perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merk.

4. Keputusan tentang penjualan

Konsumen mengambil keputusan dimana produk tersebut akan dibeli.

5. Keputusan tentang jumlah produk

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

6. Keputusan tentang waktu pembelian

Konsumen mengambil keputusan tentang kapan harus melakukan pembelian.

Perusahaan harus mengatur waktu produksi dan kegiatan pemasarannya.

7. Konsumen mengambil keputusan tentang metode atau cara pembayaran produk yang dibeli, dalam hal ini perusahaan harus mengetahui keinginan pembeli terhadap cara pembayaran. (12, hal. 118)

2.8.3. Tahap-tahap Dalam Proses Pembelian

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Adapun tahap-tahap dalam proses pembelian adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis Keinginan dan Kebutuhan

Penganalisisan keinginan dan kebutuhan ini ditunjukkan terutam untuk mengetahui adanya keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi atau terpuaskan. Jadi dari tahap inilah proses pembelian mulai dilakukan.

2. Menilai Sumber-sumber

Tahap kedua dalam proses pembelian ini sangat berkaitan dengan lamanya waktu dan jumlah uang yang tersedia untuk membeli.

3. Menentukan Tujuan Pembelian

Tujuan pembelian bagi masing-masing konsumen tidak selalu sama, tergantung pada jenis produk dan kebutuhannya.

4. Mengidentifikasi Alternatif Pembelian

Mengidentifikasi alternatif pembelian tidak dapat dipisahkan dari pengaruh sumber-sumber yang dimiliki yaitu uang, waktu dan informasi maupun resiko kesalahan dalam melakukan pemilihan.

5. Keputusan Membeli

Jika keputusan yang akan diambil adalah membeli maka pembeli akan menjumpai serangkaian keputusan menyangkut jenis produk, bentuk produk, merk, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayaran.

6. Perilaku Sesudah Pembelian

Ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidaksesuaian tersebut adalah dengan menekankan segi-segi tertentu atau servis tertentu dari produknya.

2.9. Produk

Untuk memberikan pengertian tentang produk banyak para ahli yang mengemukakan definisi atau arti yang berbeda, namun pada hakekatnya maksud dan tujuan definisi tersebut adalah sama. Salah satunya adalah Philip Kotler yang memberikan pengertian produk sebagai berikut : “ *sesuatu yang dapat ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan* “. (6, hal. 9).

Dari Pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu baik barang atau jasa yang dapat dikonsumsi atau digunakan dan dapat memberikan kepuasan bagi pemakainya.

Oleh karena itu dalam menyusun program pemasaran harus diawali dengan merancang produk yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Karena pada umumnya yang akan dibeli konsumen adalah kemampuan produk tersebut dalam memberikan atau menghasilkan kepuasan yang diharapkan atau diinginkan oleh konsumen.

2.9.1. Penggolongan Barang

Barang dan jasa dapat digolongkan menurut dasar yang berbeda-beda :

1. Penggolongan barang menurut tujuan pemakaiannya.
 - a. Barang konsumsi, dibedakan menjadi tiga golongan :
 1. Barang Konvenien
 2. Barang Shopping
 3. Barang Spesial
 - b. Barang Industri, dibedakan menjadi lima golongan :
 1. Barang baku
 2. Komponen dan barang setengah jadi

3. Perlengkapan operasi
 4. Instalasi
 5. Peralatan ekstra
2. Penggolongan barang menurut tingkat pemakaiannya dan kekonkritannya :
- a. Barang tahan lama
 - b. Barang tidak tahan lama
 - c. Jasa
3. Penggolongan barang menurut pengaruh psikologis :
- a. Barang fungsional
 - b. Barang prestise
 - c. Barang status
 - d. Barang untuk orang dewasa
 - e. Barang hedonis

2.9.2. Pengaruh Faktor Atribut Produk terhadap Keputusan untuk Membeli

Di dalam suatu produk terdapat beberapa macam unsur baik itu yang bersifat fisik maupun non-fisik. Faktor-faktor tersebut nantinya akan menjadi perhatian bagi konsumen. Konsumen dalam memutuskan pembelian sebelumnya juga akan memperhatikan berbagai atribut yang melekat pada produk. Adapun yang termasuk atribut produk itu adalah :

a. Harga

Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh kombinasi produk dan pelayanan yang menyertainya. (4, hal. 308)

Pihak perusahaan atau penjual dapat menentukan harga dengan cara menetapkan harga sama dengan harga pesaing, di bawah harga pesaing maupun di atas harga pesaing.

Basu Swastha menyebutkan bahwa konsumen sering pula menggunakan harga sebagai kriteria utama dalam menentukan nilainya. Barang yang lebih tinggi biasanya dianggap superior dan barang yang rendah harganya sering dianggap inferior. Tetapi barang-barang homogen seperti bensin, tidaklah demikian. Adanya kenyataan bahwa harga yang sesuai dengan keinginan konsumen belum tentu sama untuk jangka waktu yang lama. Kadang-kadang konsumen lebih menonjolkan *kesan* daripada harga itu sendiri. Barang sejenis yang berharga murah justru tidak dibeli oleh konsumen. (10, hal. 149).

b. Kualitas

Kualitas merupakan kesesuaian atau kecocokan produk dengan standar yang berlaku (14, hal. 1). Cocok bila digunakan, serta dapat memuaskan keinginan, kebutuhan dan penghargaan konsumen atau pelanggan dengan biaya yang kompetitif. Kualitas ini mempunyai beberapa tingkatan yaitu kualitas rendah, sedang, dan tinggi. Untuk kualitas rendah biasanya ditujukan pada jenis produk yang banyak dibutuhkan semua khalayak masyarakat. Penetapan kualitas rendah ini ditujukan agar konsumen yang tidak mempunyai kesanggupan untuk membayar dengan biaya yang tinggi sanggup membeli. Karena itu produk yang sifatnya standar akan mempunyai tingkat kepercayaan yang besar dimata masyarakat dan merknya diakui dengan segala konsekuensi serta keadaan yang melekat pada barang yang bersangkutan. Jenis produk ini biasanya harganya mahal, namun konsumen tetap mau membayar dengan menerima kepuasan.



Kualitas merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian, karena bila konsumen memutuskan untuk membeli, konsumen akan menjumpai keputusan yang harus diambil menyangkut kualitas dari produk tersebut, untuk membeli.

c. Perawatan

Perawatan merupakan suatu keharusan terhadap barang yang dibeli agar barang yang telah dibeli tetap dalam kondisi yang baik. Pelayanan perawatan yang menjanjikan akan memberikan kepuasan terhadap konsumen. Dengan adanya fasilitas perawatan tentunya akan menambah keyakinan konsumen untuk membeli produk yang diinginkan

d. Jaminan Purna Jual

Jaminan purna jual merupakan pelayanan terhadap konsumen setelah melakukan pembelian. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga agar konsumen tetap merasakan kepuasan terhadap produk yang dibelinya. Jaminan purna-jual sangat perlu untuk produk-produk yang mempunyai keterkaitan dengan teknologi tinggi dan mempunyai umur pakai yang lama, seperti mobil, motor, komputer, televisi, dan lain-lain.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Obyek dan Tempat Penelitian

Suatu penelitian merupakan rangkaian proses yang terkait secara sistematis. Setiap tahapan merupakan bagian yang menentukan tahapan selanjutnya, sehingga harus selalu dilakukan dengan cermat. Teori-teori yang telah ada merupakan pedoman untuk melakukan penelitian. Hasil penelitian yang sudah ada merupakan bahan kajian untuk melangkah lebih lanjut.

Hasil yang diperoleh dari suatu penelitian selalu memberikan kemungkinan untuk diteliti lebih lanjut. Demikian pula dengan penelitian ini. Penelitian lain yang lebih mendalam atau dengan sudut pandang yang berbeda akan melengkapi kesimpulan penelitian ini.

Dalam penelitian yang membahas masalah pengaruh faktor harga, kualitas, perawatan dan jaminan purna jual terhadap keputusan membeli sepeda motor Honda bebek ini, Obyek yang digunakan adalah para konsumen atau para pembeli produk sepeda motor Honda bebek.

Sedang karena terbatasnya waktu dan biaya, tempat penelitian ini hanya dibatasi pada konsumen pemakai produk sepeda motor Honda bebek saja, yang ada di Yogyakarta.

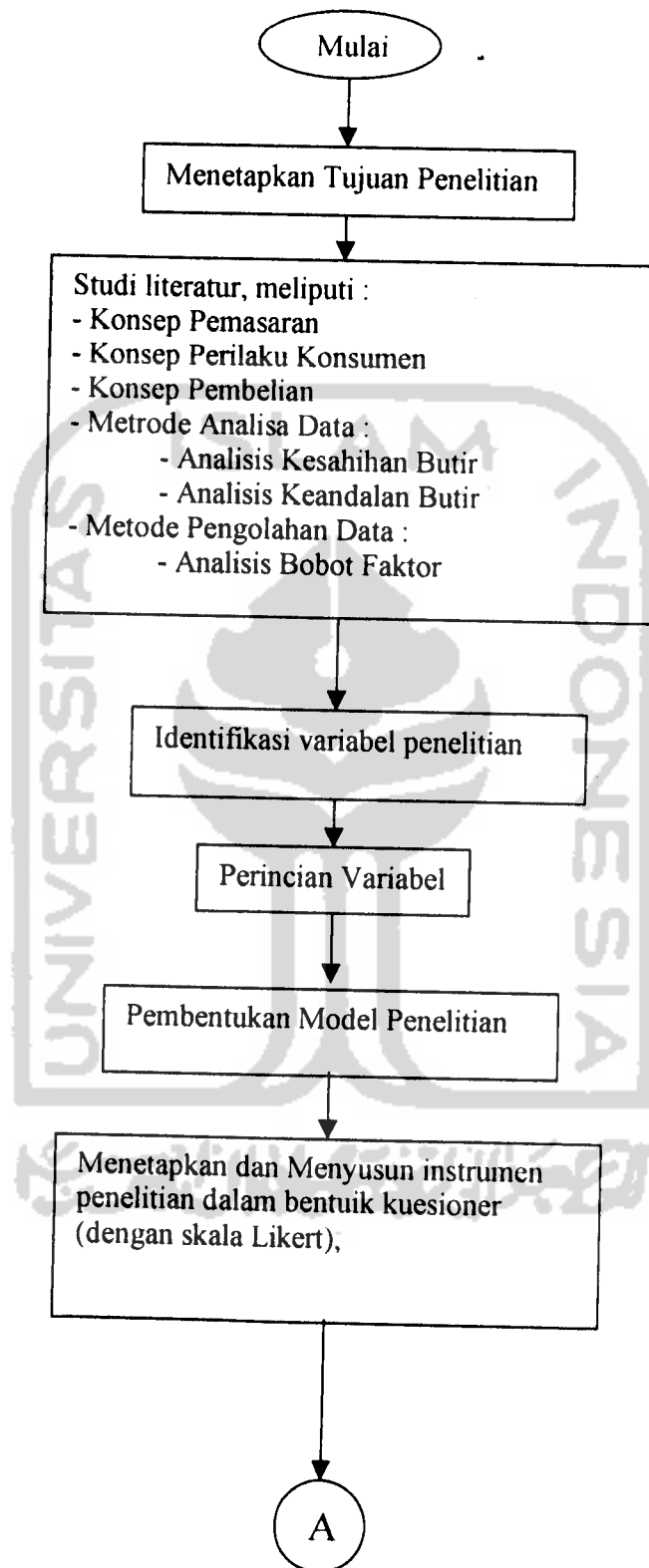
Berdasarkan laporan Biro Pusat Statistik, jumlah penduduk tiap kabupaten yang ada di Propinsi D. I. Yogyakarta adalah sebagai berikut :

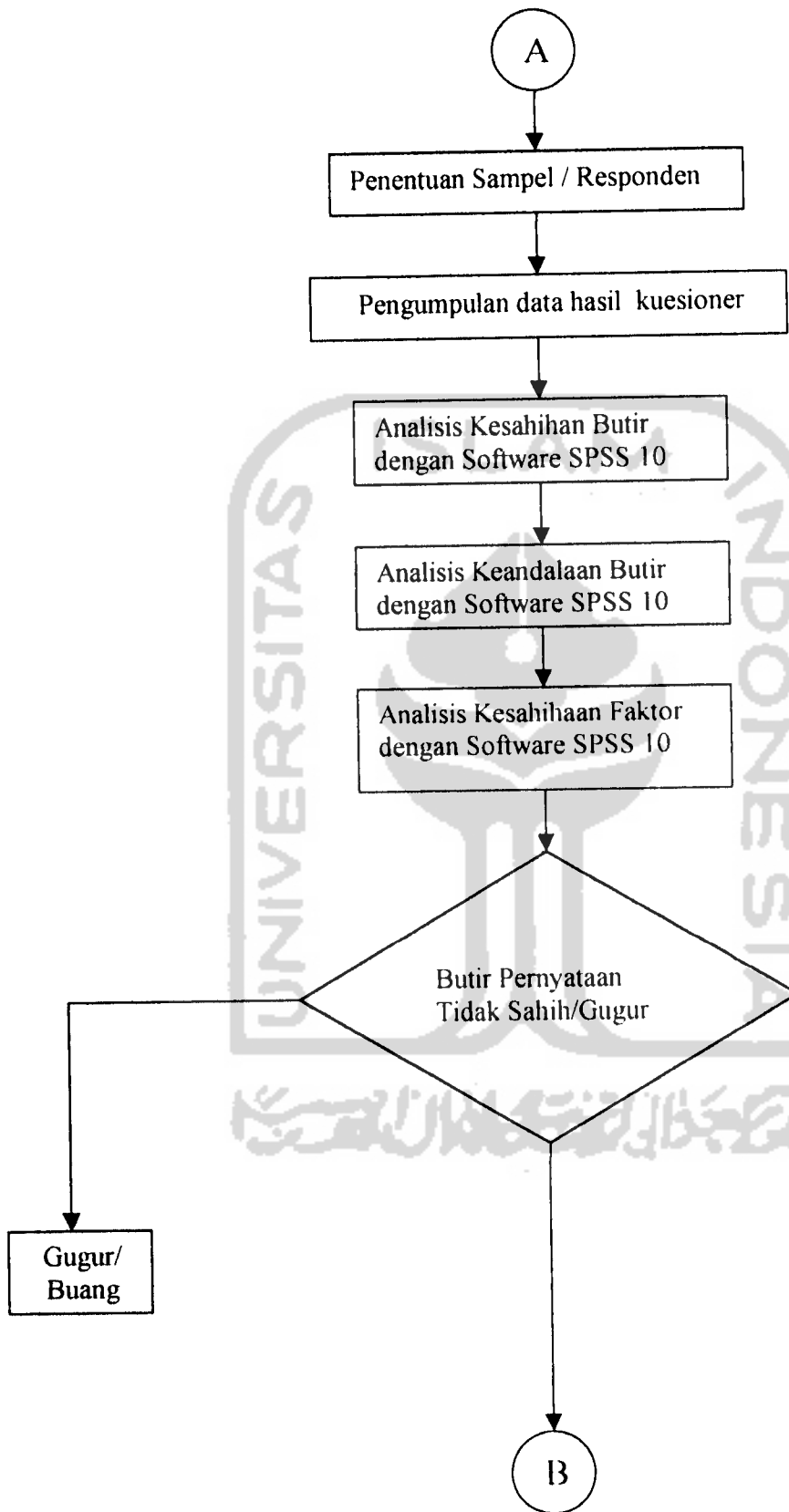
Tabel III.1. Jumlah dan Persentase Penduduk Propinsi D.I.Y tiap Kabupaten.

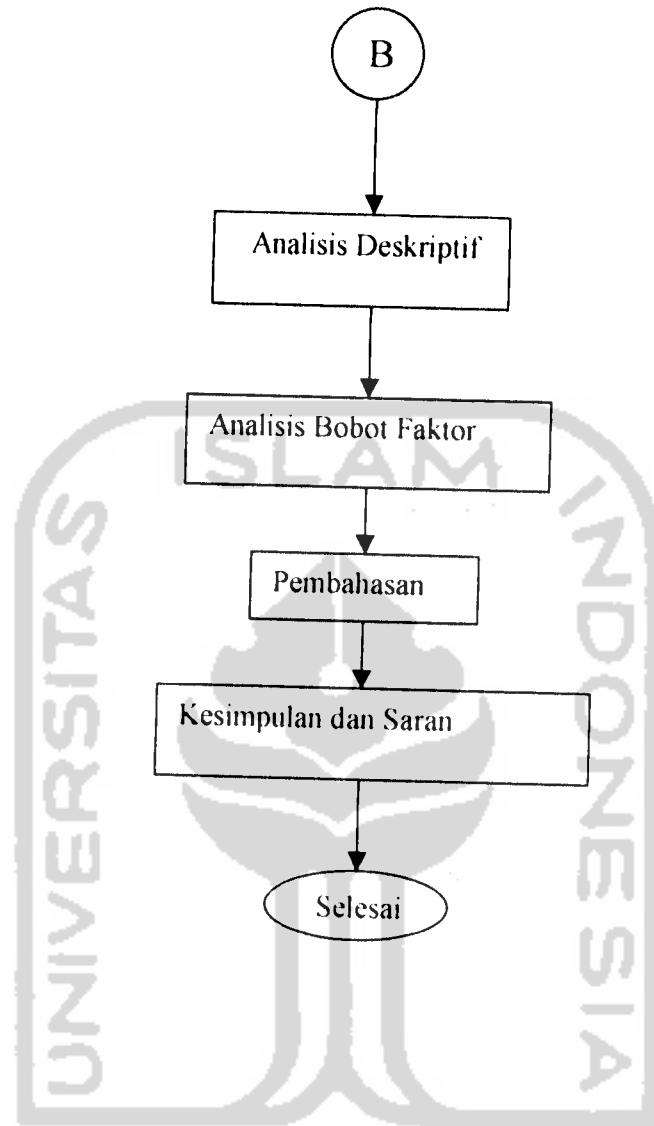
No	Kotamadya / Kabupaten	Jumlah Penduduk	Persentase Penduduk
1.	Yogyakarta	503 954	15.075
2.	Sleman	862 314	25.795
3.	Bantul	783 060	23.425
4.	Kulon Progo	445 315	13.321
5.	Gunung Kidul	748 180	22.381
	Total	3 342 823	100

Sumber : Biro Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta, Laporan jumlah penduduk dirinci menurut Kabupaten Kota di Propinsi D.I Yogyakarta pada akhir tahun 2001

Suatu penelitian adalah suatu proses, setiap tahapan harus dilalui dengan cermat. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik, diperlukan urutan langkah-langkah penelitian yang baik pula. Tahapan proses ini dapat dilihat pada gambar III.1.







Ganbar III.1.

Kerangka penelitian Pengaruh Faktor Harga, Kualitas, Perawatan dan Jaminan Purna Jual terhadap Keputusan membeli sepeda motor Honda bebek di Yogyakarta

3.2. Tahapan Penelitian

3.2.1. Orientasi Pasar

Tahap orientasi pasar dilakukan sebagai tahap awal untuk mengetahui kondisi umum dan masalah yang ada di masyarakat, terutama para pemakai sepeda motor Honda bebek.

3.2.2. Menetapkan Tujuan Penelitian

Seperti yang telah diuraikan di depan, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh faktor-faktor atribut produk yang meliputi harga, kualitas, perawatan dan jaminan purna jual terhadap keputusan membeli produk sepeda motor Honda bebek di Yogyakarta.

Secara khusus, penelitian ini akan berusaha menjawab masalah-masalah sebagai berikut :

- a. Apakah terdapat pengaruh antara faktor harga, kualitas, perawatan dan jaminan purna jual terhadap keputusan membeli produk sepeda motor Honda bebek di Yogyakarta.
- b. Mengetahui faktor pemasaran mana yang paling berpengaruh, dan urutan besarnya pengaruh dari faktor harga, kualitas, perawatan dan jaminan purna jual terhadap keputusan membeli produk sepeda motor Honda jenis bebek.

3.2.3. Melakukan Studi Literatur

Untuk menentukan variabel-variabel penelitian yang akan diteliti, studi literatur perlu dilakukan terlebih dahulu. Pada dasarnya, bobot atau nilai dari suatu penelitian ditentukan oleh seberapa cermat landasan teori yang dibuat oleh peneliti.

Pada tahap ini teori-teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, yang memiliki hubungan dengan masalah yang dihadapi dikemukakan untuk dimanfaatkan sebagai pedoman dalam pengembangan tahap selanjutnya.

Landasan teori yang dikemukakan pada penelitian ini, meliputi :

1. Konsep pemasaran
2. Pengertian manajemen pemasaran
3. Teori perilaku konsumen
4. Proses pembelian
5. Atribut-atribut produk
6. Metode analisis data, meliputi :
 - a. Analisis diskriptif
 - b. Analisis validitas dan reliabilitas
 - c. Analisis bobot faktor

3.2.4. Menentukan variabel penelitian

Pada tahap ini akan ditentukan variabel-variabel yang dianggap merupakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pembelian sepeda motor Honda bebek.

Dalam penelitian ini, variabel yang diteliti adalah pembelian, harga, kualitas, perawatan, dan jaminan purna jual.

3.2.4.1. Variabel Harga (X1)

Variabel harga yang akan diteliti dalam penelitian ini dirinci sebagai berikut :

1. Pertimbangan harga.
2. Faktor harga yang murah.
3. Pertimbangan mutu / kualitas terhadap harga

4. Kecenderungan untuk membeli yang berkualitas baik dengan harga yang mahal.
5. Fasilitas bonus / potongan harga.
6. Cara pembayaran (misal dengan kredit)

3.2.4.2. Variabel Kualitas (X2)

Variabel kualitas yang akan diteliti dalam penelitian ini dirinci sebagai berikut :

1. Kualitas dan keandalan.
2. Kenyamanan.
3. Tenaga / power mesin.
4. Konsumsi bahan bakar.
5. Keawetan mesin.
6. Bobot (berat kosong) kendaraan.
7. Ketahanan mesin untuk perjalanan jauh.

3.2.4.3. Variabel Perawatan (X3)

Variabel Perawatan yang akan diteliti dalam penelitian ini dirinci sebagai berikut :

1. Tersediannya suku cadang.
2. Perawatan yang mudah.
3. Biaya perawatan.
4. Tersediannya layanan perawatan / bengkel.

3.2.4.4. Variabel Jaminan Purnajual(X4)

Variabel jaminan purnajual yang akan diteliti dalam penelitian ini dirinci sebagai berikut :

1. Garansi / jaminan yang lama.
2. Penggantian suku cadang (spare parts).
3. Pelayanan servis.
4. Kemudahan dalam memperoleh suku cadang.
5. Harga jual kembali.
6. Kemudahan menjual kembali.

3.2.4.5. Variabel Keputusan Membeli (Y)

Variabel Keputusan membeli (konstrak) yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah hasil penjumlahan dari skor faktor yang valid dan reliabel

3.2.5. Menetapkan Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis, yang disusun berdasarkan variabel-variabel yang telah diidentifikasi di muka yang umumnya disebut dengan kuesioner.

Kuesioner dapat berfungsi sebagai alat pengumpul data dan sebagai teknik pengumpulan data. Dari segi alat pengumpul data, kuesioner dapat dilihat dari wujud konkritnya sebagai daftar pertanyaan yang merupakan alat pengumpul data. Sedangkan dari segi teknik pengumpulan data, dapat dilihat pada penggunaannya sebagai cara yang khas dalam mengumpulkan atau mendapatkan data.

Jenis dan pembagian kuesioner tergantung pada klasifikasi yang digunakan. Berdasarkan keleluasaan responden dalam menjawab, kuesioner dapat dibagi menjadi dua, kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Pada kuesioner terbuka, kemungkinan jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu, sehingga responden bebas untuk memberikan jawaban. Pada kuesioner tertutup, kemungkinan jawaban sudah ditentukan terlebih dahulu, sehingga responden tidak diberi kesempatan untuk memberikan jawaban lain.

Berdasarkan kaitan responden dengan jawaban, kuesioner dapat dibagi menjadi dua, kuesioner langsung dan kuesioner tidak langsung. Pada kuesioner langsung, butir pertanyaan dimaksudkan untuk menggali informasi mengenai diri responden itu sendiri. Pada kuesioner tidak langsung, informasi yang ingin digali adalah apa yang diketahui oleh responden mengenai obyek tertentu.

3.2.6. Membuat Kuesioner Sebagai Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai alat pengumpul data. Kuesioner disusun berdasarkan variabel-variabel yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya. Pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini bersifat tertutup. Pada prinsipnya, ada tiga langkah dalam menyusun sebuah kuesioner (8, hal. 271) :

1. Menetapkan sebuah konstruk, yaitu membuat batasan mengenai variabel yang akan diukur.
2. Menetapkan faktor-faktor, yaitu mencoba menemukan unsur-unsur yang ada pada sebuah konstruk. Jadi faktor pada dasarnya adalah perincian lebih lanjut dari sebuah konstruk.

3. Menyusun butir-butir pertanyaan, yaitu mencoba menjabarkan sebuah faktor lebih lanjut dalam berbagai pertanyaan yang langsung berinteraksi dengan responden.

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah Skala Likert yang telah dimodifikasi. Skala Likert merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap suatu pernyataan yang dikemukakan. Skala ini memiliki beberapa keuntungan yaitu pembuatan dan pengolahannya lebih sederhana dibandingkan dengan skala pengukuran yang lain. Selain itu, tidak menyita waktu terlalu banyak untuk menjawab kuesioner tersebut.

Modifikasi terhadap skala Likert dimaksudkan untuk menghilangkan kelemahan yang dikandung oleh skala lima tingkat, dengan alasan-alasan sebagai berikut :

Dalam skala Likert yang asli, tingkat kesetujuan responden terhadap suatu pernyataan dalam angket diklasifikasikan sebagai berikut :

SA	: <i>Strongly Agree</i>	(Sangat Setuju)
A	: <i>Agree</i>	(Setuju)
UD	: <i>Undecided</i>	(Netral/Belum Memutuskan/Ragu-ragu)
DA	: <i>Disagree</i>	(Tidak Setuju)
SDA	: <i>Strongly Disagree</i>	(Sangat Tidak Setuju)

Modifikasi skala Likert meniadakan jawaban yang di tengah berdasarkan tiga alasan : (2, hal. 19).

1. Kategori *undecided* memiliki arti ganda, dapat diartikan belum dapat memberikan jawaban (menurut konsep aslinya), dapat juga berarti netral atau bahkan ragu-ragu. Kategori jawaban yang memiliki arti ganda (multi interpretable) ini tentu saja tidak duharapkan dalam suatu instrumen.
2. Tersediannya jawaban yang di tengah menimbulkan kecenderungan responden untuk menjawab ketengah (*central tendency effect*), terutama bagi mereka yang ragu-ragu atas arah kecenderungan jawabannya, ke arah setuju atau ke arah tidak setuju.
3. Maksud kategori dengan 4 jawaban terutama untuk melihat kecenderungan pendapat responden ke arah setuju atau tidak setuju.

3.2.7. Menentukan Sampel dan Jumlah Responden

Untuk mendapatkan sampel yang representatif dalam penelitian ini digunakan cara sampling purposiv, yaitu pengambilan sampel didasarkan atas penelitian atau pertimbangan manusia dan tidak menggunakan teori probabilitas yang tepat. Karena konsumen mempunyai karakteristik yang beranekaragam, maka pengambilan sampel dengan metode ini harus dilakukan hati-hati agar semua golongan konsumen dapat terwakili.

Karena sulit untuk meperkirakan jumlah pemakai sepeda motor Honda bebek di Yogyakarta secara tepat, maka dianggap proporsi populasi (p) tidak diketahui. Apabila dalam suatu pendugaan proporsi dengan menggunakan sampel random diinginkan keyakinan ($1 - \alpha$), bahwa besarnya error (E) dalam pendugaan ini tidak melebar kesuatu harga tertentu, maka rumus error (E) dapat digunakan untuk menentukan besarnya sampel yang harus diambil. Bila digunakan confidence level sebesar 95 %, maka (1, hal. 288) :

$$E = 1.96 \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

Dimana : E = error

p = proporsi populasi

n = jumlah sampel

Karena besarnya sampel p tidak diketahui, maka $p(1-p)$ juga tidak diketahui.

Tetapi p selalu 0 dan 1, sehingga besarnya p maksimum adalah

$$f(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{dp} = 1 - 2p$$

$$\frac{df(p)}{dp} = \text{maksimal jika } \frac{df(p)}{dp} = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$p = 0.5$$

Harga maksimum dari $f(p)$ adalah $p(1-p) = 0.5 \times 0.5 = 0.25$. Jadi besarnya sampel jika digunakan confidence level 95 % dan kesalahan yang terjadi tidak lebih 0.09 adalah :

$$n = \frac{(1.96)(0.25)}{(0.09)} = 118.57 \approx 119 \text{ sampel}$$

Jadi jumlah minimum sampel yang harus diambil adalah 119 responden. Seratus sembilan belas yang akan diteliti adalah konsumen pemakai sepeda motor Honda bebek yang ada di wilayah Yogyakarta.

Kuesioner disebar ke semua kabupaten dan kotamadya yang ada di yogyakarta secara acak dengan menyerahkan kuesioner langsung kepada responden maupun secara tidak langsung kepada distributor kuesioner yang bertanggung jawab untuk menyebarkan kuesioner tersebut. Hal ini dilakukan untuk mempermudah penyebaran kuesioner secara serentak, masal, acak dan merata.

Dengan mempertimbangkan jumlah kuesioner yang tidak kembali dan tidak sah, maka jumlah kuesioner yang disebar adalah 130 buah. Pembagian kuesioner ini diusahakan sesuai dengan proporsi jumlah penduduk tiap Kabupaten dan Kotamadya Yogyakarta.

Tabel III.2. Perincian Pembagian kuesioner tiap Kabupaten dan Kotamadya

No	Kotamadya / Kabupaten	Persentase Penduduk	Jumlah Kuesioner
1.	Yogyakarta	15.075	20
2.	Sleman	25.795	33
3.	Bantul	23.425	30
4.	Kulon Progo	13.321	17
5.	Gunung Kidul	22.381	29
	Total	100	130

Perolehan jumlah kuesioner tiap Kabupaten tersebut diatas adalah dari persentase jumlah penduduk tiap Kabupaten / Kotamadya dikalikan dengan jumlah kuesioner yang akan disebar.

3.2.8. Menentukan Teknik Pengolahan Data

Dalam pengolahan data, sistem atau alat yang digunakan adalah software SPSS.

3.2.8.1. Gambaran Umum SPSS

SPSS adalah kependekan dari Statistical for Social Science. Yang merupakan paket program aplikasi komputer untuk menganalisis data statistik, terutama analisa statistik untuk ilmu-ilmu sosial.

Namun demikian kemampuannya tidaklah hanya sebatas itu. Dengan SPSS anda dapat memakai hampir dari seluruh tipe skala data dan menggunakannya untuk membuat laporan berbentuk tabulasi, chart (grafik), plot (diagram) dari berbagai distribusi, statistika deskriptif dan analisis statistik yang kompleks. Jadi boleh dibilang SPSS adalah sebuah sistem yang lengkap, menyeluruh, terpadu dan sangat fleksibel untuk analisa statistik dan manajemen data.

3.2.8.2. Pengolahan Data pada SPSS

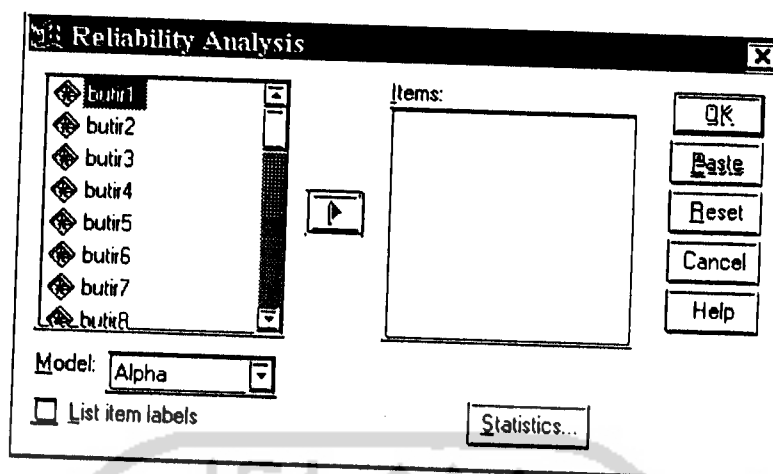
Dalam pengolahan data SPSS ini, hanya diambil langkah-langkah untuk menguji analisis kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas)

Langkah-langkah pada analisis validitas dan reliabilitas

Pada uji ini terdapat 5 faktor, yaitu empat faktor sebagai X dan satu faktor sebagai Y.

a. Analisis untuk setiap faktor

- Buka file **Angket_Faktor1**.
- Dari menu **Analyze** pilih submenu **Scale** kemudian **Reliability Analysis....**
- Tampak di layar tampilan seperti gambar III.2

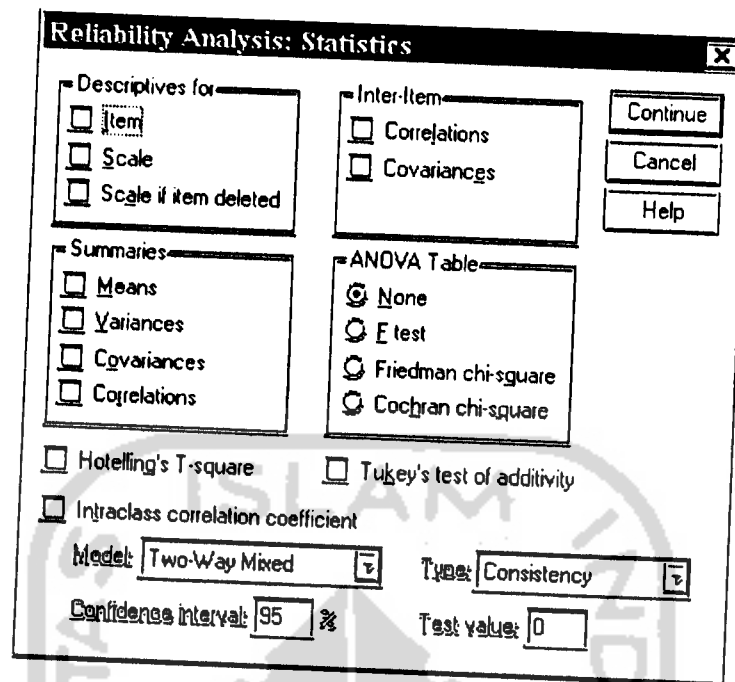


Gambar III. 2 .

Kotak dialog Reliability Analysis

Pengisian :

- Masukkan semua variabel, yaitu butir 1 sampai butir 5 ke dalam kotak item yang ada di sebelah kanan, pemasukan bisa secara satu persatu (sorot / pilih butir_1), kemudian klik arah panah untuk memasukan ke item. Namun pemasukan bisa dipercepat dengan menyorot variabel paling atas, lalu tekan tombol shift, dan sambil menekan tombol shift tersebut, sorot variabel paling bawah. Otomatis semua variabel tersorot, dan masukan ke bagian items.
- Pada bagian model, biarkan pilihan pada **Alpha**.
- Abaikan kotak pilihan **List Item Models**.
- Klik pilihan **Statistics...**, hingga tampak tampilan layar seperti gambar III.3.



Gambar III. 3.
Kotak dialog Reliability Analysis

Pengisian :

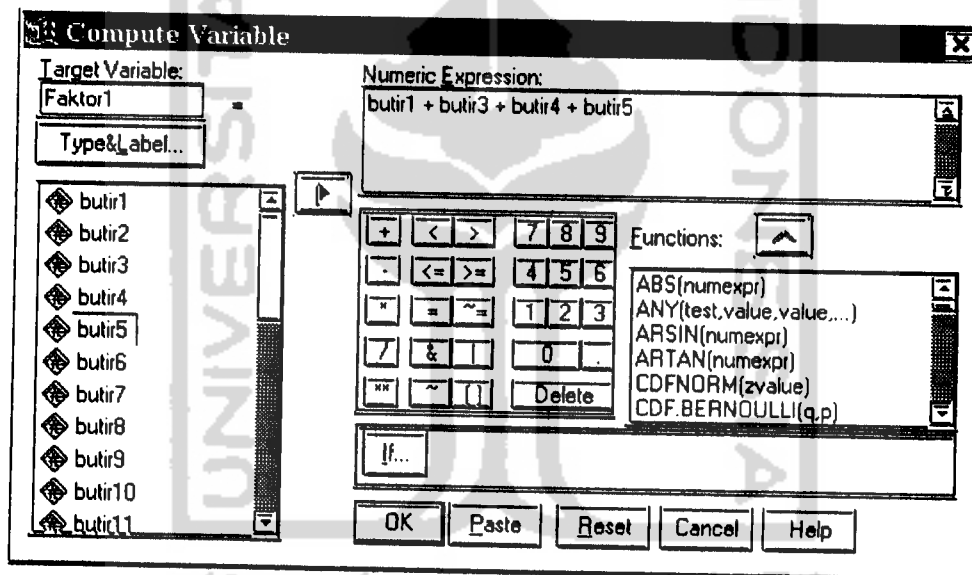
- Pada bagian Descriptives for (terletak di kiri atas), dan untuk keseragaman pilih ketiga pilihan (**Item**, **Scale if Item deleted**).
- Abaikan bagian lainnya, dan klik pilihan **Continue** untuk kembali ke kotak dialog sebelumnya.
- Klik **OK** untuk proses data, lalu ulangi lagi untuk faktor dua sampai faktor lima.

b. Analisis kesahihan (validitas) faktor

Setelah butir-butir pada variabel X (faktor 1 sampai 4) telah valid dan reliabel, maka sekarang akan diuji apakah faktor 1 sampai 4 sah (valid) untuk menjabarkan sebuah konstruk. Faktor adalah jumlah dari masing-masing butir yang ada di dalamnya.

Langkah-langkah pembuatan faktor 1 :

- Buka file **Angket_Faktor1** (hasil akhir yang valid dan reliabel).
- Buka menu **Transform**, kemudian submenu **Compute**.
- Tampak di layar tampilan seperti gambar III.4.



Gambar III. 4 .

Kotak dialog Compute

Pengisian :

- Bagian Target variabel atau variabel baru yang akan dibuat. Sesuai kasus, ketik **Faktor1**.

- Bagian Numeric Expression atau persamaan yang akan dibuat untuk isi variabel faktor 1. Karena isi faktor 1 adalah jumlah dari butir-butir, maka ketik : **butir1 + butir3 + butir4 + butir5**
- Kemudian klik **OK**, maka akan muncul variabel baru dengan nama **faktor1** dan kemudian diulang untuk faktor 2 sampai 4.

Langkah-langkah pembuatan variabel baru (Angket_konstrak)

- Simpan empat file di atas yang sudah terdapat variabel baru.
- Buka file **Angket_faktor1** terdahulu. Letakan pointer pada variabel **Faktor1** hingga semua faktor1 terblok, kemudian tekan CTRL + C.
- Buka file baru dengan memilih menu **File** kemudian sub menu **New** dan pilihan data. Tampak sekarang file baru yang masih kosong.
- Letakan pointer pada coulumm header yang berisi nama 'var' hingga semua kolom var paling pojok tersebut terblok.
- Tekan CTRL + V, maka semua isi faktor 1 telah terkopi ke variabel tersebut, termasuk nama faktor1, dan demikian sterusnya untuk faktor2 sampai faktor4.
- Untuk keseragaman, beri nama **Angket_konstrak** untuk nama file baru tersebut.

Langkah-langkah analisis kesahihan faktor

- Buka file **Angket_konstrak** yang telah berisi variabel faktor1 sampai variabel faktor4.
- Dari menu **Analyze**, pilih sub menu **Scale**, kemudian **Reliability Analysis**.
- Akan tampak di layar tampilan sama seperti gambar III.2. di atas.

Pengisian :



- Masukkan semua variabel, yaitu **faktor1** sampai **faktor4** ke dalam kotak items yang ada di sebelah kanan.
- Pada bagian model, biarkan pilihan pada **Alpha**.
- Abaikan kotak pilihan **List Items Models**.
- Pada bagian **Statistics.....**, buka bagian **Descriptive for**, dan untuk keseragaman pilih ketiga pilihan yang ada (**Item**, **Scale**, **Scale if Item deleted**). Abaikan bagian lainnya, dan klik pilihan **Continue** untuk kembali ke kotak dialog sebelumnya.
- Klik **OK** untuk proses data.

3.2.7.3. Analisis Kesahihan Butir

Suatu tes dapat dikatakan sah (valid) bila mempunyai tingkat kesahihan yang tinggi, apabila alat ukur tersebut dapat memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud yang dilakukannya pengukuran tersebut. Maksudnya adalah kemampuan mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat serta mampu memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut.

Suatu alat ukur yang valid terhadap pengukuran sesuatu, bila digunakan untuk tujuan yang berbeda belum tentu valid. Dapat pula dikatakan validitas adalah ukuran pengamatan yang memprediksi kriteria yang relevan dengan andal. Jadi validitas berkaitan dengan tujuan pengukuran sehingga bersifat spesifik, tidak bersifat umum.

Alat ukur yang tinggi validitasnya akan mempunyai error pengukuran yang kecil, artinya skor setiap subyek yang diperoleh oleh alat ukur tersebut tidak jauh berbeda dari skor suatu kriteria yang relevan. Koefisien validitasnya hanya dapat diperoleh melalui komputasi statistik secara empirik.

Uji kesahihan untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes melakukan fungsi ukurnya, dalam hal ini uji validitas yang akan dilakukan adalah validitas internal dengan analisis item, yaitu untuk melihat validitas pembentukan tes yang dilakukan. Cara seleksi item ini dilakukan dengan menguji korelasi antara skor item dengan skor total. Dalam hal ini, koefisien korelasi yang tinggi menunjukkan kesesuaian antara fungsi ukur tes secara keseluruhan.

Teknik korelasi yang digunakan dalam pengujian ini adalah Pearson's Product Momen. Koefisien korelasi antara item dengan skor total dalam membedakan subyek yang mendapat skor tinggi dan yang mendapat skor rendah. Koefisien korelasi yang relatif tinggi tentu merupakan indikator kualitas yang diinginkan.

Uji validitas dengan teknik korelasi Pearson's Product Momen menggunakan rumus berikut :

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan :

R_{xy} = Korelasi pearson's product momen

N = Banyaknya subyek

$\sum X$ = Jumlah skor item

$\sum Y$ = jumlah skor total

Langkah dalam menguji validitas butir kuesioner diatas :

1. Menentukan Hipotesis

H_0 : $\rho \neq 0$ atau skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor.

H_1 : $\rho = 0$ atau skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor.

2. Menentukan r tabel

Dari tabel (pada lampiran 16), dengan jumlah kasus 120, tingkat signifikansi 5 % diperoleh r tabel 0.174.

3. Mencari r hasil

Disini r hasil untuk tiap item (variabel), bisa dilihat pada kolom CORRECTED ITEM – TOTAL ITEM CORRELATION, pada setiap lampiran uji validitas.

4. Mengambil Keputusan

Dasar keputusan :

- Jika r hasil positif, serta r hasil $>$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut valid.
- Jika r hasil tidak positif, dan r hasil $<$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

Jadi jika r hasil $>$ r tabel tapi bertanda negatif, maka H_0 tetap akan ditolak.

3.2.7.3. Uji Keandalan Butir

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan menghasilkan pengukuran yang relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut andal (reliabel). Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Kemampuan atau konsistensi suatu alat ukur yang mantab dengan sendirinya dapat diandalkan, hasil pengukurannya bisa diramalkan, dapat menunjukkan tingkat ketepatan.

Validitas atau keabsahan adalah menyangkut pemahaman mengenai kesesuaian antara konsep dengan kenyataan empiris. Reliabilitas memberikan kesesuaian antara hasil-hasil pengukuran atau konsistensi pengukuran, sedangkan validitas merupakan kesesuaian konsep pengukuran tersebut dengan fakta dilapangan.

Suatu alat ukur yang validitasnya atau tingkat keabsahannya tinggi secara otomatis biasanya dapat diandalkan. Namun sebaiknya, suatu alat pengukur yang andal belum tentu memiliki keabsahan yang tinggi.

Pengujian ini untuk memastikan apakah responden menjawab secara konsisten terhadap pertanyaan yang jawabannya relatif sama. Pengujian ini menggunakan teknik kofisien (α) dengan rumus sebagai berikut :

$$R_{tt} = \frac{M}{M-1} \left(1 - \frac{V_x}{V_y} \right) ; db = N - 2 \quad \dots\dots\dots(3.2)$$

Keterangan :

- R_{tt} = Angka korelasi belahan pertama dan belahan kedua
- V_x = Variasi item
- V_y = Variasi total
- M = Jumlah item
- N = Jumlah subyek
- db = Derajat bebas

Langkah-langkah dalam menguji reliabilitas adalah :

1. Menentukan Hipotesis

H_0 : $\rho \neq 0$ atau skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktor

H_1 : $\rho = 0$ atau skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktor

2. Menentukan r tabel

Dari tabel (pada lampiran 16), dengan jumlah kasus 120, tingkat signifikansi 5 % diperoleh r tabel 0.174.

3. Mencari r hasil

Disini r hasil adalah angka Alpha (terletak diakhir output pada lampiran).

4. Mengambil Keputusan

Dasar Keputusan :

- Jika r Alpha positif dan r Alpha > r tabel, maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- Jika r Alpha positif dan r Alpha < r tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

Jadi jika r alpha > r tabel tapi bertanda negatif, H_0 tetap akan ditolak.

Setelah dilakukan pengujian terhadap data-data yang diperoleh dan sebelum sampai analisis, maka data tersebut perlu diolah terlebih dahulu. Pengolahan data ini tentunya akan melibatkan alat statistik yang sesuai dengan karakteristik data yang diperoleh

3.2.7.4. Analisis Bobot Faktor dalam Konstrak

Sasaran pokok analisis bobot faktor adalah untuk mengetahui berapa perimbangan atau bobot masing-masing faktor dibanding satu dengan yang lainnya. Bobot faktor ini disebut sumbangan efektif faktor dalam instrumen, yang dinyatakan dalam persen.

Untuk mengetahui prosentase bobot tiap faktor dalam konstrak perlu ditempuh beberapa langkah sebagai berikut :

1. Belanja Statistik Induk, yang hasilnya kemudian dirangkum dalam Matrik Statistik induk.
2. Menghitung Statistik Dispersi (Jumlah Kuadrat Deviasi dan Jumlah Tangkar Deviasi), dan merangkum hasilnya dalam Matrik Dispersi.
3. Menghitung bobot faktor dalam konstruk.

1. Belanja Statistik Induk :

Daftar belanja statistik induk diselesaikan dengan software Microsoft Excel. Semua hasil belanja kemudian dimasukkan dalam matrik Statistik Induk.

Tabel III.3. Matrik Statistik Induk

N	0	1	2	3	4	Y
0	N	ΣX_1	ΣX_2	ΣX_3	ΣX_4	ΣY
1	ΣX_1	ΣX_1^2	$\Sigma X_1 X_2$	$\Sigma X_1 X_3$	$\Sigma X_1 X_4$	$\Sigma X_1 Y$
2	ΣX_2	$\Sigma X_2 X_1$	ΣX_2^2	$\Sigma X_2 X_3$	$\Sigma X_2 X_4$	$\Sigma X_2 Y$
3	ΣX_3	$\Sigma X_3 X_1$	$\Sigma X_3 X_2$	ΣX_3^2	$\Sigma X_3 X_4$	$\Sigma X_3 Y$
4	ΣX_4	$\Sigma X_4 X_1$	$\Sigma X_4 X_2$	$\Sigma X_4 X_3$	ΣX_4^2	$\Sigma X_4 Y$
Y	ΣY	$\Sigma Y X_1$	$\Sigma Y X_2$	$\Sigma Y X_3$	$\Sigma Y X_4$	ΣY^2

Sumber : Prof. Sutrisno Hadi (*Analisis butir untuk instrumen, angket, tes dan skala nilai dengan Basica*), Andi Offset, 1990.

Petak (0,0) menjadi tempat bilangan N. Petak (0,1), (0,2).....(0,n) sampai (0,Y) menampung bilangan $\Sigma X_1, \Sigma X_2, \dots, \Sigma X_n$, dan ΣY . Kecuali petak (0,0), petak diagonalnya, yaitu petak (1,1), (2,2).....(n,n), dan (Y,Y) menjadi tempat bilangan jumlah kuadrat, yaitu $\Sigma X_1^2, \Sigma X_2^2, \Sigma X_n$, dan ΣY^2 . Petak-petak yang tidak diagonal, terkecuali petak-petak baris 0 dan kolom 0, ditempati oleh bilangan-bilangan jumlah tangkar $\Sigma X_1 X_2, \Sigma X_1 X_3, \dots, \Sigma X_1 X_n$, dan $\Sigma X_1 Y$, dan seterusnya. Oleh karena $X_2 X_1 = X_1 X_2$ maka $\Sigma X_2 X_1$ dapat dibaca $\Sigma X_1 X_2$; $\Sigma X_3 X_2 = \Sigma X_2 X_3$; dan seterusnya.

2. Menghitung Statistik Dispersi

Di samping Matrik Statistik induk, akan kita buat juga Matrik Dispersi berisi semua bilangan dispersi intra ubahan maupun inter ubahan. Dispersi intra ubahan disebut Jumlah Kuadrat Deviasi, atau disingkat JK. Karena ada 5 himpunan data maka ada 5 JK, yaitu Σx_1^2 , Σx_2^2 , Σx_3^2 , Σx_4^2 , dan Σy^2 . Dispersi antar ubahannya untuk 5 parameter akan berjumlah, $4+3+2+1 = 10$ dispersi, yaitu Σx_1x_2 , Σx_1x_3 , Σx_1x_4 , Σx_2x_3 , Σx_2x_4 , Σx_3x_4 , Σx_1y , Σx_2y , Σx_3y , dan Σx_4y . Dispersi antar ubahan disebut Jumlah Tangkar Deviasi, atau disingkat JT (Sum of Products, SP). Bentuk Matrik dispersi baku adalah sebagai berikut :

Tabel III.4. Matrik Dispersi

X	1	2	3	4	Y
1	Σx_1^2	Σx_1x_2	Σx_1x_3	Σx_1x_4	Σx_1y
2	Σx_2x_1	Σx_2^2	Σx_2x_3	Σx_2x_4	Σx_2y
3	Σx_3x_1	Σx_3x_2	Σx_3^2	Σx_3x_4	Σx_3y
4	Σx_4x_1	Σx_4x_2	Σx_4x_3	Σx_4^2	Σx_4y
Y	Σyx_1	Σyx_2	Σyx_3	Σyx_4	Σy^2

Sumber : Prof, Sutrisno Hadi (*Analisis butir untuk instrumen, angket, tes dan skala nilai dengan Basica*), Andi Offset, 1990.

Rumus-rumus untuk dispersi adalah :

$$\sum x_i^2 = \sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{N} \quad (i = 1 s d m) \dots \dots \dots (3.3)$$

$$\sum x_i y_j = \sum Xi Yj - \frac{(\sum Xi)(\sum Yj)}{N} \quad (3.4)$$

$$\sum x_i y_j = \sum Xi Yj - \frac{(\sum Xi)(\sum Yj)}{N} \quad (i = 1 s d m \quad j = 1 s d m) \quad (3.5)$$

$$\sum xiy = \sum XiY - \frac{(\sum Xi)(\sum Y)}{N} \quad (i = 1 s d m) \dots \dots \dots (3.6)$$

Bahan untuk mengerjakan statistik dispersi itu dapat diambil langsung dari Matrik Statistik Induk Tabel III.1.

3. Menghitung Bobot Faktor dalam Konstrak

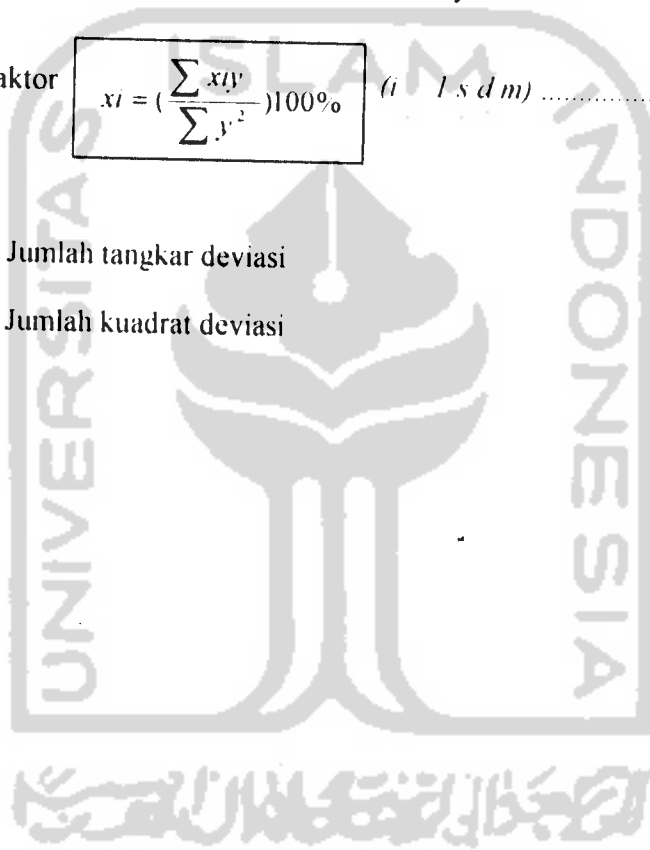
Bobot Sumbangan Efektif SE % tiap faktor ditunjukkan oleh perimbangan besarnya jumlah tangkar $\sum xy$ terhadap $\sum y^2$. Rumusnya adalah :

Bobot Faktor $x_i = \left(\frac{\sum xiy}{\sum y^2} \right) 100\% \quad (i = 1 s d m) \dots \dots \dots (3.5)$

Keterangan :

$\sum xy$ = Jumlah tangkar deviasi

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat deviasi



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Data Hasil Kuesioner

Seperti yang telah dijelaskan pada metodologi penelitian, responden pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan memiliki sepeda motor Honda bebek di Yogyakarta.

Kuesioner dibagikan kepada para pemilik sepeda motor Honda bebek di masing-masing daerah sesuai dengan ketentuan yang telah dijelaskan dimuka.

Kuesioner dianggap sah jika semua pertanyaan dijawab dan hanya ada satu jawaban untuk setiap pertanyaan. Selain itu, responden juga harus memenuhi persyaratan responden, yaitu pendidikan minimal SMU atau sederajat. Dengan adanya batasan-batasan tersebut, diharapkan derajat keseragaman responden tinggi. Oleh sebab itu, tidak diperlukan pengujian kenormalan dan keseragaman data, karena responden dianggap cukup representatif.

Jumlah kuesioner yang disebar adalah sebanyak 140 buah, sedangkan kuesioner yang kembali dan sah sebanyak 120 buah. Dengan melihat hasil perhitungan jumlah sampel menggunakan confidence level sebesar 95 % dengan tingkat kesalahan tidak lebih dari 0.09, jumlah ini dianggap cukup mewakili populasi yang diteliti.

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner (pada lampiran 2) dan hasil output penghitungan frekuensi dan prosentase (pada lampiran 3), maka didapat data sebagai berikut :

Tabel IV.1. Hasil ringkasan pengisian kuesioner untuk setiap kategori jawaban

Butir	Kategori Jawaban								Jumlah
	STS		TS		S		SS		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
1	4	3.3	23	19.2	76	63.3	17	14.2	120
2	22	18.3	54	45.0	44	36.7	0	0	120
3	2	1.7	10	8.3	88	73.3	20	16.7	120
4	1	0.8	23	19.2	62	51.7	34	28.3	120
5	0	0	26	21.7	65	54.2	29	24.2	120
6	10	8.3	53	44.2	54	45.0	3	2.5	120
7	6	5.0	12	10.0	47	39.2	55	45.8	120
8	0	0	49	40.8	34	28.3	37	30.8	120
9	0	0	32	26.7	68	56.7	20	16.7	120
10	0	0	36	30.0	58	48.3	26	21.7	120
11	0	0	5	4.2	54	45.0	61	50.8	120
12	0	0	26	21.7	54	45.0	40	33.3	120
13	0	0	15	12.5	66	55.0	39	32.5	120
14	0	0	5	4.2	70	58.3	45	37.5	120
15	0	0	27	22.5	72	60.0	21	17.5	120
16	0	0	28	23.3	65	54.2	27	22.5	120
17	0	0	20	16.7	57	47.5	43	35.8	120
18	10	8.3	22	18.3	79	65.8	9	7.5	120
19	27	22.5	42	35.0	51	42.5	0	0	120
20	6	5.0	12	10.0	44	36.7	58	48.3	120
21	16	13.3	35	29.2	69	57.5	0	0	120
22	0	0	10	8.3	89	74.2	21	17.5	120
23	0	0	12	10.0	66	55.0	42	35.0	120

4.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1. Faktor Harga

1. Validitas

1. Menentukan Hipotesis

$H_0 : \rho \neq 0$ Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor

$H_1 : \rho = 0$ Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor

2. Menentukan r tabel

Dari tabel (pada lampiran 16), dengan jumlah kasus 120, tingkat signifikansi 5 % diperoleh r tabel 1.174.

3. Mencari r hasil

Di sini r hasil untuk tiap item (variabel), bisa dilihat pada kolom CORRECTED ITEM – TOTAL CORRELATION. Misal butir 1 adalah 0.2394 dan seterusnya.

4. Mengambil keputusan

Dasar, keputusan :

- Jika r hasil positif, serta r hasil $>$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut valid.
- Jika r hasil tidak positif, dan r hasil $<$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

Jadi jika r hasil $>$ r tabel tapi bertanda negatif, H_0 tetap akan ditolak.

Pada lampiran 5 terlihat dari enam butir ada dua butir yang nilainya di bawah r tabel yaitu butir 2 (0.1171) dan butir 6 (0.0578), karena ada butir yang tidak valid maka butir yang tidak valid dikeluarkan dan proses analisis diulang. Setelah diuji lagi terlihat (lampiran 6) dari 4 butir, butir1 (0.2394), butir3 (0.2392), butir4 (0.2972) dan butir5 (0.4824) > r tabel (0.174) dan semua r adalah positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima artinya skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor atau ke 4 butir diatas adalah valid, yang berarti butir1, butir3, butir4 dan butir5, signifikan atau boleh digunakan untuk mengukur faktor harga.

Karena butir sudah valid semua, maka analisa dilanjutkan pada reliabilitas.

2. Reliabilitas

1. Menentukan Hipotesis

$H_0 : \rho \neq 0$ Skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktor

$H_1 : \rho = 0$ Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktor

2. Menentukan r tabel

Dari tabel (pada lampiran 16), dengan jumlah kasus 120, tingkat signifikansi 5 % diperoleh r tabel 0.174.

3. Mencari r hasil

Di sini r hasil adalah angka Alpha (yang terletak diakhir pada output lampiran 6)

4. Mengambil Keputusan

Dasar Keputusan :

- Jika r Alpha positif dan r Alpha $>$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- Jika r Alpha positif dan r alpha $<$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

Jadi jika r Alpha $>$ r tabel tapi bertanda negatif, H_0 tetap akan ditolak.

Pada lampiran 6, terlihat r Alpha adalah positif dan lebih besar dari r tabel ($0.5200 > 0.174$), maka H_0 diterima artinya skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktor atau butir-butir diatas adalah reliabel.

Dengan demikian setelah melewati dua putaran, maka ke empat butir untuk mengukur faktor harga adalah valid dan reliabel, yang berarti bisa digunakan untuk mengukur skor gabungan yang merupakan penjumlahan dari skor setiap bagian atau komponen dengan memperhitungkan besarnya bobot masing-masing.

4.2.2. Faktor kualitas

1. Validitas

1. Menentukan Hipotesis

$H_0 : \rho \neq 0$ Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor

$H_1 : \rho = 0$ Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor

2. Menentukan r tabel

Dari tabel (pada lampiran 16), dengan jumlah kasus 120, tingkat signifikansi 5 % diperoleh r tabel 0.174.

3. Mencari r hasil

Di sini r hasil untuk tiap item (variabel), bisa dilihat pada kolom CORRECTED ITEM – TOTAL CORRELATION. Misal butir 7 adalah 0.3458 dan seterusnya.

4. Mengambil keputusan

Dasar keputusan :

- Jika r hasil positif, serta $r \text{ hasil} > r \text{ tabel}$, maka butir atau variabel tersebut valid.
- Jika r hasil tidak positif, dan $r \text{ hasil} < r \text{ tabel}$, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

Jadi jika $r \text{ hasil} > r \text{ tabel}$ tapi bertanda negatif, H_0 tetap akan ditolak.

Pada lampiran 7 terlihat dari tujuh butir ada 1 butir bertanda negatif, yang nilainya di bawah r tabel yaitu butir 12 (-0.0490), karena ada butir yang tidak valid maka butir yang tidak valid dikeluarkan dan proses analisis diulang. Setelah diuji lagi terlihat (lampiran 8) dari enam butir yaitu butir7 (0.4350), butir8 (0.6221), butir9 (0.5549), butir10 (0.5734), butir11 (0.7995) dan butir13 (0.3913) lebih besar dari r tabel (0.174) dan semua r adalah positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima artinya skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor atau ke enam butir diatas adalah valid, yang berarti butir7, butir8, butir9, butir10, butir11 dan butir13 signifikan atau boleh digunakan untuk mengukur faktor kualitas.

Karena butir sudah valid semua, maka analisa dilanjutkan pada reliabilitas.

4.2.3. Faktor Perawatan

1. Validitas

1. Menentukan Hipotesis

$H_0 : \rho \neq 0$ Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor

$H_1 : \rho = 0$ Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor

2. Menentukan r tabel

Dari tabel (pada lampiran 16), dengan jumlah kasus 120, tingkat signifikansi 5 % diperoleh r tabel 0.174.

3. Mencari r hasil

Di sini r hasil untuk tiap item (variabel), bisa dilihat pada kolom CORRECTED ITEM – TOTAL CORRELATION. Misal butir 1 adalah 0.7816 dan seterusnya.

4. Mengambil keputusan

Dasar keputusan :

- Jika r hasil positif, serta r hasil $>$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut valid.
- Jika r hasil tidak positif, dan r hasil $<$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

Jadi jika r hasil $>$ r tabel tapi bertanda negatif, H_0 tetap akan ditolak.

Pada lampiran 9 terlihat dari butir 14 sampai 17 mempunyai r hasil $> r$ (0.174) tabel dan semua r adalah positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima artinya skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor atau ke empat butir diatas adalah valid, yang berarti butir 14 sampai butir 17 signifikan atau boleh digunakan untuk mengukur faktor perawatan.

Karena butir sudah valid semua, maka analisa dilanjutkan pada reliabilitas.

2. Reliabilitas

1. Menentukan Hipotesis

$H_0 : \rho \neq 0$ Skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktor

$H_1 : \rho = 0$ Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktor

2. Menentukan r tabel

Dari tabel (pada lampiran 16), dengan jumlah kasus 120, tingkat signifikansi 5 % diperoleh r tabel 0.174.

3. Mencari r hasil

Di sini r hasil adalah angka Alpha (yang terletak diakhir pada output lampiran 9)

4. Mengambil Keputusan

Dasar Keputusan :

- Jika r Alpha positif dan r Alpha $> r$ tabel, maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- Jika r Alpha positif dan r alpha $< r$ tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

Jadi jika r Alpha $> r$ tabel tapi bertanda negatif, H_0 tetap akan ditolak.

Pada lampiran 9, terlihat r Alpha adalah positif dan lebih besar dari r tabel ($0.8310 > 0.174$), maka H_0 diterima artinya skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktor atau butir-butir diatas adalah reliabel.

Dengan demikian setelah melewati satu putaran, maka ke empat butir untuk mengukur faktor perawatan adalah valid dan reliabel, yang berarti bisa digunakan untuk mengukur skor gabungan yang merupakan penjumlahan dari skor setiap bagian atau komponen dengan memperhitungkan besarnya bobot masing-masing.

4.2.4. Faktor Jaminan Purna Jual

1. Validitas

1. Menentukan Hipotesis

$H_0 : \rho \neq 0$ Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor

$H_1 : \rho = 0$ Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor

2. Menentukan r tabel

Dari tabel (pada lampiran 16), dengan jumlah kasus 120, tingkat signifikansi 5 % diperoleh r tabel 0.174.

3. Mencari r hasil

Di sini r hasil untuk tiap item (variabel), bisa dilihat pada kolom CORRECTED ITEM – TOTAL CORRELATION. Misal butir 1 adalah 0.5124 dan seterusnya.

4. Mengambil keputusan

Dasar keputusan :

- Jika r hasil positif, serta r hasil $>$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut valid.
- Jika r hasil tidak positif, dan r hasil $<$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

Jadi jika r hasil $>$ r tabel tapi bertanda negatif, H_0 tetap akan ditolak.

Pada lampiran 10 terlihat dari enam butir ada 1 butir bertanda negatif, yang nilainya di bawah r tabel yaitu butir 19 (-0.0722), karena ada butir yang tidak valid maka butir yang tidak valid dikeluarkan dan proses analisis diulang. Setelah diuji lagi terlihat (lampiran 11) dari 5 butir, butir18 (0.6137), butir20 (0.3527), butir21 (0.4009), butir22 (0.4823) dan butir23 (0.6401) $>$ r tabel (0.174) dan semua r adalah positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima artinya skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor atau ke lima butir diatas adalah valid, yang berarti butir18, butir20, butir21, butir22 dan butir23 signifikan atau boleh digunakan untuk mengukur faktor jaminan purna jual.

Karena butir sudah valid semua, maka analisa dilanjutkan pada reliabilitas.

2. Reliabilitas

1. Menentukan Hipotesis

H_0 : $\rho \neq 0$ Skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktor

H_1 : $\rho = 0$ Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktor

2. Menentukan r tabel

Dari tabel (pada lampiran 16), dengan jumlah kasus 120, tingkat signifikansi 5 % diperoleh r tabel 0.174.

3. Mencari r hasil

Di sini r hasil adalah angka Alpha (yang terletak diakhir pada output lampiran 11)

4. Mengambil Keputusan

Dasar Keputusan :

- Jika r Alpha positif dan r Alpha > r tabel, maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- Jika r Alpha positif dan r alpha < r tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

Jadi jika r Alpha > r tabel tapi bertanda negatif, H_0 tetap akan ditolak.

Pada lampiran 11, terlihat r Alpha adalah positif dan lebih besar dari r tabel ($0.7918 > 0.174$), maka H_0 diterima artinya skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktor atau butir-butir diatas adalah reliabel.

Dengan demikian setelah melewati satu putaran, maka ke 4 butir untuk mengukur faktor jaminan purna jual adalah valid dan reliabel, yang berarti bisa digunakan untuk mengukur skor gabungan yang merupakan penjumlahan dari skor setiap bagian atau komponen dengan memperhitungkan besarnya bobot masing-masing.

4.2.5. Uji Validitas Faktor

1. Menentukan Hipotesis

$H_0 : \rho \neq 0$ Skor butir berkorelasi positif dengan skor konstrak

$H_1 : \rho = 0$ Skor buitir tidak berkorelasi positif dengan skor konstrak

2. Menentukan r tabel

Dari tabel (pada lampiran 16), dengan jumlah kasus 120, tingkat signifikansi 5 % diperoleh r tabel 0.174.

4.3. Hasil Analisis Deskriptif

4.3.1. Tanggapan Konsumen terhadap Harga sepeda motor Honda bebek

Dari hasil out put pada lampiran 3 diperoleh ringkasan mengenai sikap konsumen terhadap harga sepeda motor Honda bebek sebagai berikut :

Untuk pertanyaan butir pertama mengenai faktor harga, median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju* dengan pertanyaan butir 1.

Untuk pertanyaan butir kedua mengenai faktor harga, median terletak pada angka 2 dan modus juga angka 2 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *tidak setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *tidak setuju* dengan pertanyaan butir 2.

Untuk pertanyaan butir ketiga mengenai faktor harga, median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju* dengan pertanyaan butir 3.

Untuk pertanyaan butir ke - 4 mengenai faktor harga median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 5 mengenai faktor harga median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 6 mengenai faktor harga median terletak pada angka 2 dan modus pada angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *tidak setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

4.3.2. Tanggapan konsumen terhadap faktor kualitas sepeda motor Honda bebek

Dari hasil out put pada lampiran 3 diperoleh ringkasan mengenai sikap konsumen terhadap Kualitas sepeda motor Honda bebek sebagai berikut :

Untuk pertanyaan butir ke - 7 mengenai faktor kualitas median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 4 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *sangat setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 8 mengenai faktor kualitas median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 2 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *tidak setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 9 mengenai faktor Kualitas median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 10 mengenai faktor Kualitas median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 11 mengenai faktor Kualitas median terletak pada angka 4 dan modus juga angka 4 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *sangat setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *sangat setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 12 mengenai faktor Kualitas median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 13 mengenai faktor Kualitas median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

4.3.3. Tanggapan konsumen terhadap faktor Perawatan sepeda motor Honda bebek

Dari hasil out put pada lampiran 3 diperoleh ringkasan mengenai sikap konsumen terhadap Perawatan sepeda motor Honda bebek sebagai berikut :

Untuk pertanyaan butir ke - 14 mengenai faktor Perawatan median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 15 mengenai faktor Perawatan median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 16 mengenai faktor Perawatan median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 17 mengenai faktor Perawatan median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

4.3.4. Tanggapan konsumen terhadap faktor Jaminan Purna Jual sepeda motor Honda

Dari hasil out put pada lampiran 3 diperoleh ringkasan mengenai sikap konsumen terhadap Jaminan Purna Jual sepeda motor Honda bebek sebagai berikut :

Untuk pertanyaan butir ke - 18 mengenai faktor Jaminan Purna Jual median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 18 mengenai faktor Jaminan Purna Jual median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 19 mengenai faktor Jaminan Purna Jual median terletak pada angka 2 dan modus pada angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *tidak setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 20 mengenai faktor Jaminan Purna Jual median terletak pada angka 3 dan modus pada angka 4 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *sangat setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 21 mengenai faktor Jaminan Purna Jual median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 22 mengenai faktor Jaminan Purna Jual median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

Untuk pertanyaan butir ke - 23 mengenai faktor Jaminan Purna Jual median terletak pada angka 3 dan modus juga angka 3 maksudnya adalah titik tengah jawaban responden adalah *setuju* dan jawaban yang sering muncul adalah *setuju*.

4.4. Hasil Analisis Bobot Faktor

4.4.1. Belanja Statistik Induk :

Daftar belanja statistik induk diselesaikan dengan Software Microsoft Excel.

Semua hasil belanja (lampiran 13) kemudian dimasukkan dalam matrik Statistik Induk.

Tabel IV.2. Hasil Perhitungan Matrik Statistik Induk

X	0	1	2	3	4	Y
0	120	1444	2237	1496	1775	6952
1	1444	17716	27178	18154	21614	84662
2	2237	27178	42793	28287	33418	131676
3	1496	18154	28287	19018	22510	87969
4	1775	21614	33418	22510	26927	104469
Y	6952	84662	131676	87969	104469	4087780

4.4.2. Menghitung Statistik Dispersi :

Bahan untuk mengerjakan statistik dispersi itu dapat diambil langsung dari Matrik Statistik Induk Tabel IV. 2.

Hasil perhitungan statistik dispersi dirangkum dalam Matrik sbb :

Tabel IV. 3. Hasil Perhitungan Matrik Statistik Dispersi

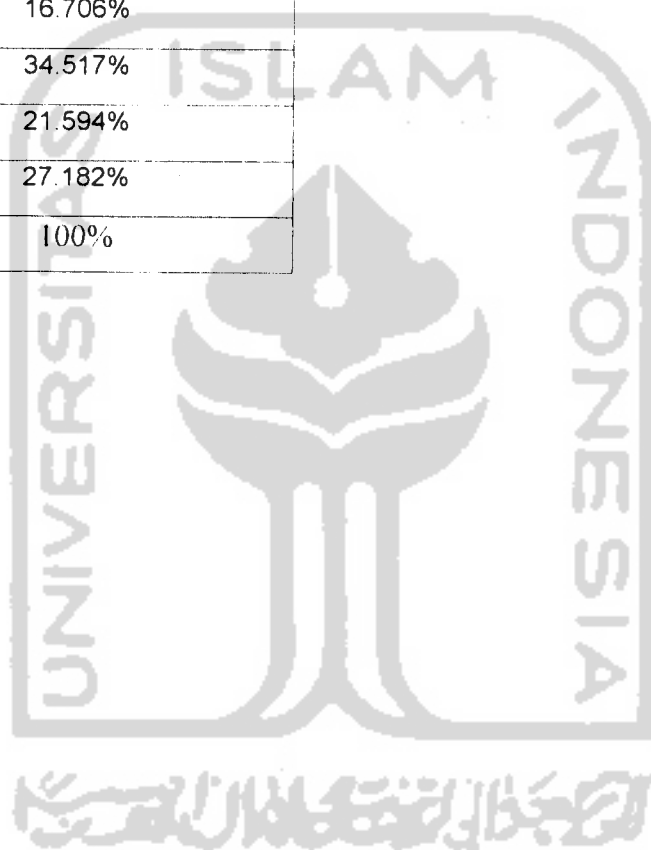
X	1	2	3	4	Y
1	339.8667	259.4333	152.1333	254.8333	1006.267
2	259.4333	1091.592	399.0667	329.0417	2079.133
3	152.1333	399.0667	367.8667	381.6667	1300.733
4	254.8333	329.0417	381.6667	671.7917	1637.333
Y	1006.267	2079.133	1300.733	1637.333	6023.467

4.4.3. Menghitung Bobot Faktor dalam Konstrak

Bobot Sumbangan Efektif SE % tiap faktor ditunjukkan oleh perimbangan besarnya jumlah tangkar Σxy terhadap Σy^2 . Hasil perhitungan bobot faktor (lampiran15) dirangkum dalam satu tabel sebagai berikut :

Tabel IV. 4. Hasil Perhitungan Analisis Bobot Faktor

Faktor	Bobot Faktor
1	16.706%
2	34.517%
3	21.594%
4	27.182%
Total	100%



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan menyangkut variabel Harga, Kualitas, Perawatan, dan Jaminan Purna Jual terhadap keputusan membeli sepeda motor Honda bebek di Yogyakarta, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam pengujian validitas terlihat bahwa dari empat faktor ada tiga faktor yang mengalami perulangan analisis yaitu faktor harga, kualitas, dan jaminan purna jual karena ada butir yang nilai r hasil di bawah nilai r tabel. Setelah proses analisis diulang dari keempat faktor (harga, kualitas, perawatan dan jaminan purna jual) mempunyai r hasil $>$ r tabel dan semua r adalah positif, maka bisa dikatakan keempat faktor tersebut adalah valid, yang berarti bisa digunakan untuk mengukur konstruk yaitu keputusan membeli.
2. Dalam pengujian reliabilitas terlihat bahwa faktor Harga, Kualitas, Perawatan dan Jaminan Purna Jual mempunyai r alpha $>$ r tabel, maka bisa dikatakan bahwa keempat faktor diatas bisa digunakan untuk mengukur skor gabungan yang merupakan penjumlahan dari skor setiap bagian atau komponen dengan memperhatikan besarnya bobot masing-masing komponen

3. Pada analisis bobot faktor diperoleh hasil bobot dari keempat faktor yaitu faktor Harga sebesar 16.706 %, faktor Kualitas sebesar 34.517 %, faktor Perawatan sebesar 21.594 %, faktor Jaminan Purna Jual sebesar 27.182 %. Ternyata dari keempat faktor di atas faktor Kualitas memperoleh bobot yang paling besar diikuti faktor Jaminan Purna Jual kemudian faktor Perawatan dan yang terakhir adalah faktor Harga.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta teori yang diuraikan sebelumnya, maka beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut :

1. Kualitas sepeda motor Honda bebek sudah baik karena memperoleh bobot yang paling tinggi. Dalam hal ini berarti konsumen dalam menentukan pilihan membeli sepeda motor honda bebek benar-benar memperhatikan faktor Kualitas dan hendaknya pihak produsen mempertahankan faktor Kualitas yang paling menentukan dalam keputusan membeli dibandingkan dengan ketiga faktor lainnya.
2. Faktor Jaminan Purna Jual menempati peringkat yang kedua berarti konsumen dalam mengambil keputusan membeli juga memperhatikan harga jual kembali sepeda motor Honda bebek yang di mata konsumen harga jual kembali sepeda motor Honda bebek cukup baik.
3. Faktor Perawatan menempati peringkat yang ketiga, berarti konsumen cukup peduli dengan layanan yang diberikan dalam hal perawatan sepeda motor, dan hendaknya pihak AHASS tetap mempertahankan pelayanan yang sudah cukup baik.

4. Faktor Harga menempati posisi paling akhir yang berarti konsumen tidak begitu mempermasalahkan harga dibandingkan dengan ketiga faktor di atas.

Selain faktor Harga, Kualitas, Perawatan dan Jaminan Purna Jual, hendaknya produsen dapat mencari faktor lain yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen



DAFTAR PUSTAKA

- A. Aaker David dan J. Day George.** Marketing Research. Third Edition. John Wiley and Sons. Canada. 1987.⁽¹⁾
- Hadi, Sutrisno Prof. M.A,** "Analisis Butir Untuk Instrumen ", 1990, Penerbit Andi Offset Yogyakarta.⁽²⁾
- J. Stanton, William,** " Prinsip Pemasaran ", 1985, jilid 1 edisi ke tujuh, Penerbit Erlangga.⁽³⁾
- J. Stanton, William,** "Dasar-dasar Pemasaran", 1991, edisi IV, Penerbit Erlangga - Jakarta.⁽⁴⁾
- Jogiyanto H. M,** " Statistik dengan Program Komputer ", 1984, jilid 1. Penerbit Andi Offset Yogyakarta⁽⁵⁾
- Kotler, Philip,** " Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian ", 1990, edisi ke lima, Penerbit Erlangga.⁽⁶⁾
- Nawawi, Hadari,** Metode Penelitian Bidang Sosial, Gadjah Mada University Pres. Yogyakarta, 1995.⁽⁷⁾
- Santoso, Singgih,** " Buku latihan SPSS Statistik Parametrik ", 2000, Penerbit PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia – Jakarta.⁽⁸⁾
- Santoso, Singgih,** " Buku latihan SPSS Statistik Non Parametrik ", 2001, Penerbit PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia – Jakarta.⁽⁹⁾
- Swastha, Basu, DH. MBA,** " Azas-azas Marketing " 1984, edisi ke tiga, penerbit Liberty Yogyakarta.⁽¹⁰⁾
- Swastha, Basu, DH. MBA, dan Handoko, T Hani,** " Manajemen Pemasaran, Perilaku Konsumen ", 1987, Penerbit Liberty Yogyakarta.⁽¹¹⁾
- Swastha, Basu, DH. MBA, dan Irawan Drs. MBA,** " Manajemen Pemasaran Modern", 1990, Penerbit Liberty Yogyakarta.⁽¹²⁾
- Walpole R. E, Myers R. H,** " Ilmu peluang dan Statistika untuk Insinyur dan Ilmuwan ", 1986, Penerbit ITB Bandung.⁽¹³⁾
- Wijaya, Amin.** "Audit Mutu", Renika, Jakarta 1992⁽¹⁴⁾

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH FAKTOR HARGA, KUALITAS, PERAWATAN DAN JAMINAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI SEPEDA MOTOR MERK HONDA JENIS BEBEK DI YOGYAKARTA

Responden yang terhormat,

Bersama ini saya mohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner berikut. Kuesioner ini diajukan untuk mendapatkan data yang saya perlukan dalam penelitian sebagai prasyarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana di Jurusan Statistika Fakultas MIPA Universitas Islam Indonesia.

Kuesioner ini dipergunakan dalam penelitian untuk memperoleh gambaran mengenai sikap konsumen dalam memilih pembelian sepeda motor bebek merk Honda.

Koesioner ini terbagi dari 2 bagian, yaitu :

Bagian I : Berisi 7 item pertanyaan mengenai *Identitas responden* dan *informasi Jenis motor*.

Bagian II : Berisi 6 item pertanyaan mengenai *Harga*, 7 item pertanyaan mengenai *Kualitas*, 4 item mengenai *perawatan*, 6 item pertanyaan mengenai *Jaminan Purna Jual*.

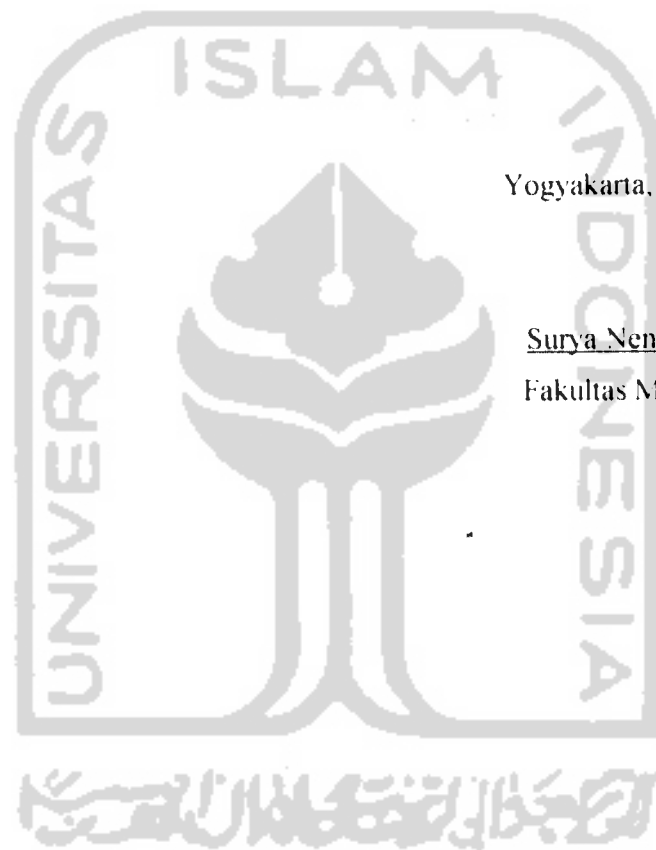
Anda diharapkan mengisi menurut pendapat Anda sendiri (bukan menurut pandangan umum), agar sesuai dengan tujuan penelitian. Seluruh informasi yang anda berikan dijamin kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Untuk menjawab semua kuesioner, Anda diminta untuk mengikuti langkah-langkah berikut :

1. Bacalah petunjuk umum yang terdapat pada setiap bagian dengan seksama sebelum menjawab.
2. Lihatlah secara sepintas seluruh bagian, Anda seharusnya menerima kuesioner yang terdiri atas 6 halaman.

3. **JAWABLAH SEMUA PERTANYAAN** dari setiap bagian. Jika terdapat pertanyaan yang kurang jelas bagi Anda, jawablah pertanyaan tersebut sesuai dengan pendapat dan pengertian Anda. Mohon Anda menjawab bagian yang berikutnya setelah selesai menjawab bagian yang sebelumnya. Dengan demikian tidak ada pertanyaan yang tertinggal.

Terima kasih atas kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini



Yogyakarta, Juni 2002

Surya Nendra Permana

Fakultas MIPA-UII

Kode :
No :

Bagian I

PETUNJUK PENGISIAN

Pada bagian ini, Anda diminta untuk melingkari jawaban atau mengisi titik-titik sesuai dengan Data Pribadi Anda.

1. Usia : tahun
2. Jenis Kelamin :
 - a. Pria
 - b. Wanita
3. Jenis Pekerjaan :
 - a. Pelajar
 - b. Mahasiswa
 - c. Pegawai Negri
 - d. Pegawai Swasta
 - e. Dosen
 - f.
4. Tingkat Pendidikan Anda :
 - a. SMA
 - b. DIII
 - c. S1
 - d. S2
 - e. S3
 - f.
5. Tingkat Penghasilan :
 - a. < Rp. 200.000,-
 - b. Rp. 200.000 – Rp. 500.00,-
 - c. Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000,-
 - d. > Rp. 1.000.000,-

-
1. Bulan & Tahun beli :
 2. Jenis Motor Bebek :
- (misal : Astrea Prima, Astrea Grand, Astrea Legenda, Supra. DII)
-

Bagian II

PETUNJUK PENGISIAN

Pada bagian ini, Anda diminta untuk memberikan gambaran mengenai segala sesuatu dari produk yang Anda beli. Berikan penilaian Anda terhadap seluruh pernyataan dengan memberikan tanda silang (X) pada satu jawaban yang paling sesuai menurut anda. Anda diminta untuk memilih yang paling tepat menurut Anda.

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

FAKTOR HARGA PRODUK :

P E R N Y A T A A N	SS	S	TS	STS
1. Apakah merk dan jenis produk sepeda motor faktor harga mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek				
2. Menurut anda apakah sepeda motor dengan mutu dan kualitas yang baik lebih mahal daripada yang bermutu rendah.				
3. Menurut anda faktor harga yang murah mempengaruhi mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek				
4. Menurut anda apakah orang akan cenderung membeli sepeda motor yang mahal dengan kualitas bagus daripada membeli dengan harga murah tapi kualitasnya juga rendah.				
5. Menurut anda apakah faktor bonus / potongan harga menjadi pertimbangan anda dalam menentukan pilihan anda dalam memilih sepeda motor				
6. Menurut anda fasilitas cara pembayaran dengan cara kredit mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek				

FAKTOR KUALITAS PRODUK :

P E R N Y A T A A N	SS	S	TS	STS
1. Menurut anda apakah kualitas dan keandalan yang baik pada sepeda motor menjadi pertimbangan anda dalam memilih sepeda motor.				
2. Apakah faktor kenyamanan yang baik menjadi pertimbangan anda dalam menentukan pilihan sepeda motor.				
3. Menurut anda apakah tenaga mesin motor yang tangguh di medan berat mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda.				
4. Menurut anda apakah konsumsi bahan bakar yang hemat mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek				
5. Apakah segi mesin yang awet dan tahan lama menjadi mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek				
6. Menurut anda apakah berat kosong pada sepeda motor mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek				
7. Apakah faktor tenaga dan kemampuan yang handal untuk perjalanan jauh dan tidak mengalami overheat, (panas yang berlebihan) mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek				

FAKTOR PERAWATAN PRODUK :

P E R N Y A T A A N	SS	S	TS	STS
1. Apakah tersedianya suku cadang (spare-parts) yang banyak tersedia di seluruh cabang penjualan dan perawatan mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek				
2. Apakah faktor perawatan yang mudah dan hemat mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek				
3. Apakah faktor biaya perawatan yang lebih murah mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek				
4. Menurut anda layanan perawatan / bengkel yang tersebar diseluruh Indonesia. mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda				

FAKTOR JAMINAN PURNA JUAL PRODUK :

P E R N Y A T A A N	SS	S	TS	STS
1. Menurut anda apakah faktor garansi/jaminan yang lama mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek				
2. Menurut anda apakah jaminan penggantian spare – part baru jika ada kerusakan dalam masa garansi mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek				
3. Menurut anda pelayanan / service yang tersedia di seluruh Indonesia mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek.				
4. Menurut anda spare-parts (suku cadang) yang mudah di dapatkan mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek.				
5. Menurut anda apakah harga jual kembali yang tinggi mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek				
6. Menurut anda apakah faktor kemudahan menjual kembali sepeda motor mempengaruhi keputusan anda dalam membeli sepeda motor Honda bebek.				

Lampiran 2

Tabel hasil kuesioner tentang Sikap Konsumen terhadap
 Harga, Kualitas, Perawatan dan Jaminan Purna Jual sepeda Motor Honda bebek

Butir Responden	1	2	3	(4)	5	(6)	7	8	9	10	(11)	(12)	13	14	(15)	16	(17)	18	(19)	20	(21)	22	(23)
1	3	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2	2	3	1	1	1	3	3
2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	2	3	3
3	3	3	3	4	3	3	1	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
4	1	3	3	4	2	2	3	3	2	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4
5	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
6	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
7	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3
8	2	2	1	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
9	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4
10	3	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	4	3	3	4
11	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
12	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
13	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	4	2	4	3
14	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2
15	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	4	2	2	2	4	1	3	4	1	2
16	3	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2	2	3	1	1	1	1	3
17	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	2	3	3
18	3	3	3	4	3	3	1	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
19	1	3	3	4	2	2	3	3	2	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4
20	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
21	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
22	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3
23	2	2	1	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
24	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4
25	3	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	1	4	3	4
26	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
27	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
28	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	4	2	4	3
29	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2
30	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	3	4	2	3	2	2	4	1	3	4	1	2	3
31	3	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2	2	3	1	1	1	3	3
32	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	2	3	3
33	3	3	3	4	3	3	1	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
34	1	3	3	4	2	2	3	3	2	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4
35	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
36	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
37	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3
38	2	2	1	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	1	4	3	4
39	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4
40	3	3	3	4	4	2	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	4	4
41	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
42	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
43	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	4	2	4	3
44	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2
45	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	3	4	2	3	2	2	4	1	3	4	1	2	3
46	3	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2	2	3	1	1	1	3	3
47	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	2	3	3
48	3	3	3	4	3	3	1	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
49	1	3	3	4	2	2	3	3	2	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4
50	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
51	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
52	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3
53	2	2	1	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
54	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4
55	3	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	4	3	4
56	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
57	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
58	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	4	2	4	3
59	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2
60	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	3	4	2	3	2	2	4	1	3	4	1	2	3

Lampiran 2
(Lanjutan)

Butir Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
61	3	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2	2	3	1	1	1	3	3
62	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	2	3	3
63	3	3	3	4	3	3	1	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
64	1	3	3	4	2	2	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4
65	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
66	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
67	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3
68	2	2	1	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
69	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4
70	3	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	4	3	3	4
71	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
72	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
73	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	4	2	4	3
74	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2
75	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	3	4	2	3	2	2	4	1	3	4	1	2	3
76	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4
77	3	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	4	3	3	4
78	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
79	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
80	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	4	2	4	3
81	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2
82	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	3	4	2	3	2	2	4	1	3	4	1	2	3
83	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4
84	3	3	3	4	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	4	3	3	4
85	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4
86	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
87	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	4	2	4	3
88	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2
89	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	3	4	2	3	2	2	4	1	3	4	1	2	3
90	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4
91	3	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	4	3	3	4
92	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
93	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
94	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	4	2	4	3
95	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2
96	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	3	4	2	3	2	2	4	1	3	4	1	2	3
97	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
98	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
99	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	4	2	4	3
100	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2
101	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	3	4	2	3	2	2	4	1	3	4	1	2	3
102	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4
103	3	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	4	3	3	4
104	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
105	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
106	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	4	2	4	3
107	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2
108	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	3	4	2	3	2	2	4	1	3	4	1	2	3
109	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
110	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
111	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	4	2	4	3
112	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2
113	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
114	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
115	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	4	2	4	3
116	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2
117	3	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2	2	3	1	1	1	3	3
118	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	2	3	3
119	3	3	3	4	3	3	1	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
120	1	3	3	4	2	2	3	3	2	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4

Lampiran 3

Tabel Median, Modus, Frekuensi dan Persentase jawaban Responden
untuk semua butir

Statistics

		BUTIR1	BUTIR2	BUTIR3	BUTIR4	BUTIR5	BUTIR6
N	Valid	120	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0	0
Median		3.0000	2.0000	3.0000	3.0000	3.0000	2.0000
Mode		3.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00

Statistics

		BUTIR7	BUTIR8	BUTIR9	BUTIR10	BUTIR11	BUTIR12
N	Valid	120	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0	0
Median		3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	4.0000	3.0000
Mode		4.00	2.00	3.00	3.00	4.00	3.00

Statistics

		BUTIR13	BUTIR14	BUTIR15	BUTIR16	BUTIR17	BUTIR18
N	Valid	120	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0	0
Median		3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	3.0000
Mode		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00

Statistics

		BUTIR19	BUTIR20	BUTIR21	BUTIR22	BUTIR23
N	Valid	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0
Median		2.0000	3.0000	3.0000	3.0000	3.0000
Mode		3.00	4.00	3.00	3.00	3.00

Lampiran 3
(Lanjutan)

BUTIR1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	3.3	3.3	3.3
	2.00	23	19.2	19.2	22.5
	3.00	76	63.3	63.3	85.8
	4.00	17	14.2	14.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	22	18.3	18.3	18.3
	2.00	54	45.0	45.0	63.3
	3.00	44	36.7	36.7	100.0
	4.00				
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.7	1.7	1.7
	2.00	10	8.3	8.3	10.0
	3.00	88	73.3	73.3	83.3
	4.00	20	16.7	16.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.8	.8	.8
	2.00	23	19.2	19.2	20.0
	3.00	62	51.7	51.7	71.7
	4.00	34	28.3	28.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Lampiran 3
(Lanjutan)

BUTIR5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	26	21.7	21.7	21.7
	3.00	65	54.2	54.2	75.8
	4.00	29	24.2	24.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR6

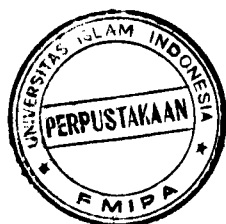
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	10	8.3	8.3	8.3
	2.00	53	44.2	44.2	52.5
	3.00	54	45.0	45.0	97.5
	4.00	3	2.5	2.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	5.0	5.0	5.0
	2.00	12	10.0	10.0	15.0
	3.00	47	39.2	39.2	54.2
	4.00	55	45.8	45.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	49	40.8	40.8	40.8
	3.00	34	28.3	28.3	69.2
	4.00	37	30.8	30.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	



Lampiran 3
(Lanjutan)

BUTIR9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	32	26.7	26.7	26.7
	3.00	68	56.7	56.7	83.3
	4.00	20	16.7	16.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	36	30.0	30.0	30.0
	3.00	58	48.3	48.3	78.3
	4.00	26	21.7	21.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	4.2	4.2	4.2
	3.00	54	45.0	45.0	49.2
	4.00	61	50.8	50.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	26	21.7	21.7	21.7
	3.00	54	45.0	45.0	66.7
	4.00	40	33.3	33.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Lampiran 3
(Lanjutan)

BUTIR13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	15	12.5	12.5	12.5
	3.00	66	55.0	55.0	67.5
	4.00	39	32.5	32.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	4.2	4.2	4.2
	3.00	70	58.3	58.3	62.5
	4.00	45	37.5	37.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	27	22.5	22.5	22.5
	3.00	72	60.0	60.0	82.5
	4.00	21	17.5	17.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	28	23.3	23.3	23.3
	3.00	65	54.2	54.2	77.5
	4.00	27	22.5	22.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	20	16.7	16.7	16.7
	3.00	57	47.5	47.5	64.2
	4.00	43	35.8	35.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Lampiran 3
(Lanjutan)

BUTIR18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	10	8.3	8.3	8.3
	2.00	22	18.3	18.3	26.7
	3.00	79	65.8	65.8	92.5
	4.00	9	7.5	7.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	27	22.5	22.5	22.5
	2.00	42	35.0	35.0	57.5
	3.00	51	42.5	42.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	5.0	5.0	5.0
	2.00	12	10.0	10.0	15.0
	3.00	44	36.7	36.7	51.7
	4.00	58	48.3	48.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

BUTIR21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	16	13.3	13.3	13.3
	2.00	35	29.2	29.2	42.5
	3.00	69	57.5	57.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

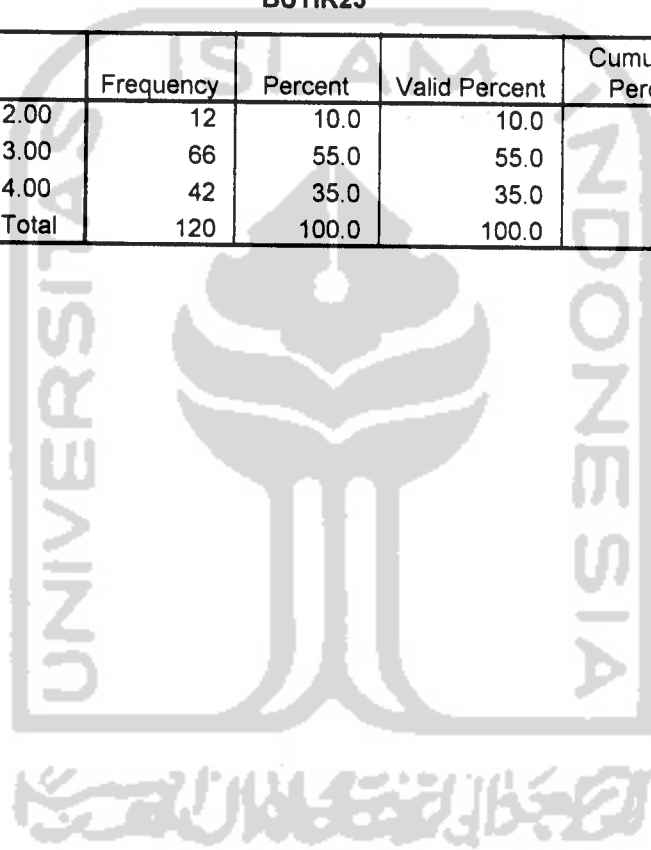
Lampiran 3
(Lanjutan)

BUTIR22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	10	8.3	8.3	8.3
	3.00	89	74.2	74.2	82.5
	4.00	21	17.5	17.5	100.0
Total		120	100.0	100.0	

BUTIR23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	12	10.0	10.0	10.0
	3.00	66	55.0	55.0	65.0
	4.00	42	35.0	35.0	100.0
Total		120	100.0	100.0	



Lampiran 4
Tabel hasil penjumlahan masing-masing butir yang valid dan reliabel untuk setiap Faktor

Faktor Responden	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
1	13	22	10	11
2	13	22	14	14
3	13	15	13	16
4	11	19	14	17
5	12	18	12	15
6	13	23	12	15
7	10	14	9	13
8	10	21	12	14
9	16	24	16	19
10	14	15	11	17
11	12	21	14	17
12	12	17	12	14
13	12	19	14	16
14	11	17	11	12
15	10	15	11	11
16	13	22	10	11
17	13	22	14	14
18	13	15	13	16
19	7	19	14	17
20	11	18	12	15
21	13	23	12	15
22	10	14	9	13
23	11	21	12	14
24	16	24	16	19
25	14	15	11	17
26	10	21	14	17
27	11	17	12	14
28	12	19	14	16
29	11	17	11	12
30	10	15	11	11
31	13	22	10	11
32	13	22	14	14
33	12	15	13	16
34	10	19	14	17
35	12	18	12	15
36	13	23	12	15
37	10	14	9	13
38	10	21	12	14
39	16	24	16	19
40	14	15	11	17
41	12	21	14	17
42	12	17	12	14
43	12	19	14	16
44	11	17	11	12
45	10	15	11	11
46	13	22	10	11
47	13	22	14	14
48	13	15	13	16
49	10	19	14	17
50	12	18	12	15
51	13	23	12	15
52	10	14	9	13
53	10	21	12	14
54	16	24	16	19
55	14	15	11	17
56	12	21	14	17
57	13	17	12	14
58	12	19	14	16
59	12	17	11	12
60	11	15	11	11

Lampiran 4
(Lanjutan)

Faktor	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
Responden				
61	13	22	10	11
62	13	22	14	14
63	13	15	13	16
64	11	19	14	17
65	12	18	12	15
66	13	23	12	15
67	10	14	9	13
68	9	21	12	14
69	16	24	16	19
70	14	15	11	17
71	12	21	14	17
72	12	17	12	14
73	12	19	14	16
74	11	17	11	12
75	10	15	11	11
76	16	24	16	19
77	14	15	11	17
78	12	21	14	17
79	12	17	12	14
80	12	19	14	16
81	11	17	11	12
82	11	15	11	11
83	16	24	16	19
84	14	15	11	17
85	10	21	14	17
86	12	17	12	14
87	12	19	14	16
88	11	17	11	12
89	10	15	11	11
90	13	24	16	19
91	14	15	11	17
92	12	21	14	17
93	12	17	12	14
94	12	19	14	16
95	11	17	11	12
96	10	15	11	11
97	12	21	14	17
98	12	17	12	14
99	13	19	14	16
100	11	17	11	12
101	10	15	11	11
102	16	24	16	19
103	13	15	11	17
104	10	21	14	17
105	12	17	12	14
106	13	19	14	16
107	11	17	11	12
108	10	15	11	11
109	12	21	14	17
110	12	17	12	14
111	13	19	14	16
112	9	17	11	12
113	11	21	14	17
114	12	17	12	14
115	12	19	14	16
116	10	17	11	12
117	13	22	10	11
118	13	22	14	14
119	11	15	13	16
120	14	19	14	17

Lampiran 5
Hasil Output penghitungan Reliabilitas untuk faktor Harga

Reliability (Faktor Harga)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

	Mean	Std Dev	Cases
1. BUTIR1	2.8833		
2. BUTIR2	2.1833	.6759	120.0
3. BUTIR3	3.0500	.7216	120.0
4. BUTIR4	3.0750	.5629	120.0
5. BUTIR5	3.0250	.7120	120.0
6. BUTIR6	2.4167	.6794	120.0
		.6809	120.0

Statistics for SCALE	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	16.6333	4.4527	2.1101	6

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
BUTIR1	13.7500	3.3992		
BUTIR2	14.4500	3.6109	.2394	.4154
BUTIR3	13.5833	3.6232	.1171	.4864
BUTIR4	13.5583	3.1898	.2392	.4187
BUTIR5	13.6083	2.8789	.2972	.3802
BUTIR6	14.2167	3.8350	.4824	.2666
			.0578	.5124

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 6

Alpha = .4652

Lampiran 6
Hasil Output penghitungan Reliabilitas untuk faktor Harga
Setelah butir 2 dan 6 dikeluarkan

Reliability (Ulangan Faktor Harga)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	BUTIR1	2.8833	.6759	120.0
2.	BUTIR3	3.0500	.5629	120.0
3.	BUTIR4	3.0750	.7120	120.0
4.	BUTIR5	3.0250	.6794	120.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	12.0333	2.8560	1.6900	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
BUTIR1	9.1500	1.8092	.3244	.4344
BUTIR3	8.9833	2.0838	.2803	.4740
BUTIR4	8.9583	1.9898	.1788	.5689
BUTIR5	9.0083	1.5714	.4833	.2778

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0 N of Items = 4

Alpha = .5200

Lampiran 7
Hasil Output penghitungan untuk faktor Kualitas

Reliability (Faktor Kualitas)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E A L P H A

		Mean	Std Dev	Cases
1.	BUTIR7	18.2583	.6351	120.0
2.	BUTIR8	18.9000	.6442	120.0
3.	BUTIR9	18.8583	.6584	120.0
4.	BUTIR10	18.8417	.7169	120.0
5.	BUTIR11	18.2917	.5788	120.0
6.	BUTIR12	18.6417	.7355	120.0
7.	BUTIR13	18.5583	.6420	120.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	21.7583	9.4957	3.0815	7

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
BUTIR7	18.5000	7.2437	.3458	.7125
BUTIR8	18.8583	6.0218	.6665	.6166
BUTIR9	18.8583	6.9125	.6276	.6422
BUTIR10	18.8417	7.1932	.4651	.6785
BUTIR11	18.2917	6.6789	.8296	.6061
BUTIR12	18.6417	9.1730	-.0490	.7945
BUTIR13	18.5583	7.8957	.3284	.7096

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 7

Alpha = .7194

Lampiran 8
Hasil Output penghitungan Reliabilitas untuk faktor Kualitas
Setelah butir 12 dikeluarkan

Reliability (Ulangan Faktor Kualitas)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	BUTIR7	3.2583	.8351	120.0
2.	BUTIR8	2.9000	.8442	120.0
3.	BUTIR9	2.9000	.6534	120.0
4.	BUTIR10	2.9167	.7169	120.0
5.	BUTIR11	3.4667	.5788	120.0
6.	BUTIR13	3.2000	.6430	120.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	18.6417	9.1730	3.0287	6

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
BUTIR7	15.3833	6.6081	.4350	.7956
BUTIR8	15.7417	5.9075	.6221	.7450
BUTIR9	15.7417	6.8487	.5549	.7622
BUTIR10	15.7250	6.5540	.5734	.7569
BUTIR11	15.1750	6.4817	.7995	.7169
BUTIR13	15.4417	7.3915	.3913	.7958

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 6

Alpha = .7945

Lampiran 9
Hasil Output penghitungan untuk faktor Perawatan

Reliability (Faktor Perawatan)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	BUTIR14	3.3333	.5551	120.0
2.	BUTIR15	2.9500	.6331	120.0
3.	BUTIR16	2.9917	.6798	120.0
4.	BUTIR17	3.1917	.7017	120.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of
SCALE	12.4667	3.0913	1.7582	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
BUTIR14	9.1333	2.2510	.3195	.5968
BUTIR15	9.5167	1.8148	.5133	.4564
BUTIR16	9.4750	1.8649	.4116	.5337
BUTIR17	9.2750	1.9153	.3520	.5829

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0 N of Items = 4

Alpha = .6159

Lampiran 10
 Hasil Output penghitungan untuk faktor Jaminan Purna Jual

Reliability (Faktor Jaminan Purna Jual)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

	Mean	Std Dev	Cases
1. BUTIR18	2.7250	.7214	120.0
2. BUTIR19	2.2000	.7843	120.0
3. BUTIR20	3.2833	.6429	120.0
4. BUTIR21	2.4417	.7194	120.0
5. BUTIR22	3.9917	.5020	120.0
6. BUTIR23	3.2500	.6251	120.0

Statistics for SCALE	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	16.9917	5.9915	2.4478	6

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
BUTIR18	14.2667	4.1300	.4574	.4980
BUTIR19	14.7917	5.6453	-.0722	.7209
BUTIR20	13.7083	3.9226	.4077	.5184
BUTIR21	14.5500	4.2328	.4193	.5155
BUTIR22	13.9000	5.1326	.2657	.5796
BUTIR23	13.7417	3.9075	.6852	.4138

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 6

Alpha = .5982

Lampiran 11
Hasil Output penghitungan Reliabilitas untuk faktor Kualitas
Setelah butir 19 dikeluarkan

Reliability (Ulangan Faktor Jaminan Purna Jual)

***** Method 1 (space saved) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	BUTIR18	2.7250	.7214	120.0
2.	BUTIR20	3.2833	.8420	120.0
3.	BUTIR21	2.4417	.7194	120.0
4.	BUTIR22	3.0917	.5020	120.0
5.	BUTIR23	3.2500	.6251	120.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	14.7917	5.6453	2.3760	5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
BUTIR18	12.0667	3.4745	.6137	.6160
BUTIR20	11.5083	3.7814	.3527	.7407
BUTIR21	12.3500	3.9773	.4009	.7057
BUTIR22	11.7000	4.3798	.4823	.6826
BUTIR23	11.5417	3.7125	.6401	.6154

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 5

Alpha = .7209

Lampiran 12
Hasil Output penghitungan Reliabilitas Faktor
 Tiap Faktor diperoleh dengan menjumlahhakan tiap-tiap butir pada masing- masing Faktor

Reliability (Kesahihan Faktor)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	FAKTOR_1	12.0333	1.6900	120.0
2.	FAKTOR_2	18.6417	3.0287	120.0
3.	FAKTOR_3	12.4667	1.7582	120.0
4.	FAKTOR_4	14.7917	2.3760	120.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	57.9333	50.6174	7.1146	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
FAKTOR_1	45.9000	36.5613	.5480	.7652
FAKTOR_2	39.2917	24.8470	.5497	.8002
FAKTOR_3	45.4667	31.8476	.7901	.6675
FAKTOR_4	43.1417	28.7445	.6369	.7110

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 4

Alpha = .7863

Keterangan :

- Faktor 1 = Faktor Harga
- Faktor 2 = Faktor Kualitas
- Faktor 3 = Faktor Perawatan
- Faktor 4 = Faktor Jaminan Purna Jual



Lampiran 13
Tabel Perhitungan untuk matrik statistik induk

Responden	X1	X2	X3	X4	Y	X1 ²	X2 ²	X3 ²	X4 ²
1	13	22	10	11	56	169	484	100	121
2	13	22	14	14	63	169	484	196	196
3	13	15	13	16	57	169	225	169	256
4	11	19	14	17	61	121	361	196	289
5	12	18	12	15	57	144	324	144	225
6	13	23	12	15	63	169	529	144	225
7	10	14	9	13	46	100	196	81	169
8	10	21	12	14	57	100	441	144	196
9	16	24	16	19	75	256	576	256	361
10	14	15	11	17	57	196	225	121	289
11	12	21	14	17	64	144	441	196	289
12	12	17	12	14	55	144	289	144	196
13	12	19	14	16	61	144	361	196	256
14	11	17	11	12	51	121	289	121	144
15	10	15	11	11	47	100	225	121	121
16	13	22	10	11	56	169	484	100	121
17	13	22	14	14	63	169	484	196	196
18	13	15	13	16	57	169	225	169	256
19	7	19	14	17	57	49	361	196	289
20	11	18	12	15	56	121	324	144	225
21	13	23	12	15	63	169	529	144	225
22	10	14	9	13	46	100	196	81	169
23	11	21	12	14	58	121	441	144	196
24	16	24	16	19	75	256	576	256	361
25	14	15	11	17	57	196	225	121	289
26	10	21	14	17	62	100	441	196	289
27	11	17	12	14	54	121	289	144	196
28	12	19	14	16	61	144	361	196	256
29	11	17	11	12	51	121	289	121	144
30	10	15	11	11	47	100	225	121	121
31	13	22	10	11	56	169	484	100	121
32	13	22	14	14	63	169	484	196	196
33	12	15	13	16	56	144	225	169	256
34	10	19	14	17	60	100	361	196	289
35	12	18	12	15	57	144	324	144	225
36	13	23	12	15	63	169	529	144	225
37	10	14	9	13	46	100	196	81	169
38	10	21	12	14	57	100	441	144	196
39	16	24	16	19	75	256	576	256	361
40	14	15	11	17	57	196	225	121	289
41	12	21	14	17	64	144	441	196	289
42	12	17	12	14	55	144	289	144	196
43	12	19	14	16	61	144	361	196	256
44	11	17	11	12	51	121	289	121	144
45	10	15	11	11	47	100	225	121	121
46	13	22	10	11	56	169	484	100	121
47	13	22	14	14	63	169	484	196	196
48	13	15	13	16	57	169	225	169	256
49	10	19	14	17	60	100	361	196	289
50	12	18	12	15	57	144	324	144	225
51	13	23	12	15	63	169	529	144	225
52	10	14	9	13	46	100	196	81	169
53	10	21	12	14	57	100	441	144	196
54	16	24	16	19	75	256	576	256	361
55	14	15	11	17	57	196	225	121	289
56	12	21	14	17	64	144	441	196	289
57	13	17	12	14	56	169	289	144	196
58	12	19	14	16	61	144	361	196	256
59	12	17	11	12	52	144	289	121	144
60	11	15	11	11	48	121	225	121	121

Lampiran 13
(Lanjutan)

Responden	X1	X2	X3	X4	Y	X1 ²	X2 ²	X3 ²	X4 ²
61	13	22	10	11	56	169	484	100	121
62	13	22	14	14	63	169	484	196	196
63	13	15	13	16	57	169	225	169	256
64	11	19	14	17	61	121	361	196	289
65	12	18	12	15	57	144	324	144	225
66	13	23	12	15	63	169	529	144	225
67	10	14	9	13	46	100	196	81	169
68	9	21	12	14	56	81	441	144	196
69	16	24	16	19	75	256	576	256	361
70	14	15	11	17	57	196	225	121	289
71	12	21	14	17	64	144	441	196	289
72	12	17	12	14	55	144	289	144	196
73	12	19	14	16	61	144	361	196	256
74	11	17	11	12	51	121	289	121	144
75	10	15	11	11	47	100	225	121	121
76	16	24	16	19	75	256	576	256	361
77	14	15	11	17	57	196	225	121	289
78	12	21	14	17	64	144	441	196	289
79	12	17	12	14	55	144	289	144	196
80	12	19	14	16	61	144	361	196	256
81	11	17	11	12	51	121	289	121	144
82	11	15	11	11	48	121	225	121	121
83	16	24	16	19	75	256	576	256	361
84	14	15	11	17	57	196	225	121	289
85	10	21	14	17	62	100	441	196	289
86	12	17	12	14	55	144	289	144	196
87	12	19	14	16	61	144	361	196	256
88	11	17	11	12	51	121	289	121	144
89	10	15	11	11	47	100	225	121	121
90	13	24	16	19	72	169	576	256	361
91	14	15	11	17	57	196	225	121	289
92	12	21	14	17	64	144	441	196	289
93	12	17	12	14	55	144	289	144	196
94	12	19	14	16	61	144	361	196	256
95	11	17	11	12	51	121	289	121	144
96	10	15	11	11	47	100	225	121	121
97	12	21	14	17	64	144	441	196	289
98	12	17	12	14	55	144	289	144	196
99	13	19	14	16	62	169	361	196	256
100	11	17	11	12	51	121	289	121	144
101	10	15	11	11	47	100	225	121	121
102	16	24	16	19	75	256	576	256	361
103	13	15	11	17	56	169	225	121	289
104	10	21	14	17	62	100	441	196	289
105	12	17	12	14	55	144	289	144	196
106	13	19	14	16	62	169	361	196	256
107	11	17	11	12	51	121	289	121	144
108	10	15	11	11	47	100	225	121	121
109	12	21	14	17	64	144	441	196	289
110	12	17	12	14	55	144	289	144	196
111	13	19	14	16	62	169	361	196	256
112	9	17	11	12	49	81	289	121	144
113	11	21	14	17	63	121	441	196	289
114	12	17	12	14	55	144	289	144	196
115	12	19	14	16	61	144	361	196	256
116	10	17	11	12	50	100	289	121	144
117	13	22	10	11	56	169	484	100	121
118	13	22	14	14	63	169	484	196	196
119	11	15	13	16	55	121	225	169	256
120	14	19	14	17	64	196	361	196	289
Jumlah	1444	2237	1496	1775	6952	17716	42793	19018	26927

Lampiran 13
(Lanjutan)

Responden	X1X2	X1X3	X1X4	X2X3	X2X4	X3X4	X1Y	X2Y	X3Y	X4Y	Y ²
1	286	130	143	220	242	110	728	1232	560	616	3136
2	286	182	182	308	308	196	819	1386	882	882	3969
3	195	169	208	195	240	208	741	855	741	912	3249
4	209	154	187	266	323	238	671	1159	854	1037	3721
5	216	144	180	216	270	180	684	1026	684	855	3249
6	299	156	195	276	345	180	819	1449	756	945	3969
7	140	90	130	126	182	117	460	644	414	598	2116
8	210	120	140	252	294	168	570	1197	684	798	3249
9	384	256	304	384	456	304	1200	1800	1200	1425	5625
10	210	154	238	165	255	187	798	855	627	969	3249
11	252	168	204	294	357	238	768	1344	896	1088	4096
12	204	144	168	204	238	168	660	935	660	770	3025
13	228	168	192	266	304	224	732	1159	854	976	3721
14	187	121	132	187	204	132	561	867	561	612	2601
15	150	110	110	165	165	121	470	705	517	517	2209
16	286	130	143	220	242	110	728	1232	560	616	3136
17	286	182	182	308	308	196	819	1386	882	882	3969
18	195	169	208	195	240	208	741	855	741	912	3249
19	133	98	119	266	323	238	399	1083	798	969	3249
20	198	132	165	216	270	180	616	1008	672	840	3136
21	299	156	195	276	345	180	819	1449	756	945	3969
22	140	90	130	126	182	117	460	644	414	598	2116
23	231	132	154	252	294	168	638	1218	696	812	3364
24	384	256	304	384	456	304	1200	1800	1200	1425	5625
25	210	154	238	165	255	187	798	855	627	969	3249
26	210	140	170	294	357	238	620	1302	868	1054	3844
27	187	132	154	204	238	168	594	918	648	756	2916
28	228	168	192	266	304	224	732	1159	854	976	3721
29	187	121	132	187	204	132	561	867	561	612	2601
30	150	110	110	165	165	121	470	705	517	517	2209
31	286	130	143	220	242	110	728	1232	560	616	3136
32	286	182	182	308	308	196	819	1386	882	882	3969
33	180	156	192	195	240	208	672	840	728	896	3136
34	190	140	170	266	323	238	600	1140	840	1020	3600
35	216	144	180	216	270	180	684	1026	684	855	3249
36	299	156	195	276	345	180	819	1449	756	945	3969
37	140	90	130	126	182	117	460	644	414	598	2116
38	210	120	140	252	294	168	570	1197	684	798	3249
39	384	256	304	384	456	304	1200	1800	1200	1425	5625
40	210	154	238	165	255	187	798	855	627	969	3249
41	252	168	204	294	357	238	768	1344	896	1088	4096
42	204	144	168	204	238	168	660	935	660	770	3025
43	228	168	192	266	304	224	732	1159	854	976	3721
44	187	121	132	187	204	132	561	867	561	612	2601
45	150	110	110	165	165	121	470	705	517	517	2209
46	286	130	143	220	242	110	728	1232	560	616	3136
47	286	182	182	308	308	196	819	1386	882	882	3969
48	195	169	208	195	240	208	741	855	741	912	3249
49	190	140	170	266	323	238	600	1140	840	1020	3600
50	216	144	180	216	270	180	684	1026	684	855	3249
51	299	156	195	276	345	180	819	1449	756	945	3969
52	140	90	130	126	182	117	460	644	414	598	2116
53	210	120	140	252	294	168	570	1197	684	798	3249
54	384	256	304	384	456	304	1200	1800	1200	1425	5625
55	210	154	238	165	255	187	798	855	627	969	3249
56	252	168	204	294	357	238	768	1344	896	1088	4096
57	221	156	182	204	238	168	728	952	672	784	3136
58	228	168	192	266	304	224	732	1159	854	976	3721
59	204	132	144	187	204	132	624	884	572	624	2704
60	165	121	121	165	165	121	528	720	528	528	2304

Lampiran 13
(Lanjutan)

Responden	X1X2	X1X3	X1X4	X2X3	X2X4	X3X4	X1Y	X2Y	X3Y	X4Y	Y ²
61	286	130	143	220	242	110	728	1232	560	616	3136
62	286	182	182	308	308	196	819	1386	882	882	3969
63	195	169	208	195	240	208	741	855	741	912	3249
64	209	154	187	266	323	238	671	1159	854	1037	3721
65	216	144	180	216	270	180	684	1026	684	855	3249
66	299	156	195	276	345	180	819	1449	756	945	3969
67	140	90	130	126	182	117	460	644	414	598	2116
68	189	108	126	252	294	168	504	1176	672	784	3136
69	384	256	304	384	456	304	1200	1800	1200	1425	5625
70	210	154	238	165	255	187	798	855	627	969	3249
71	252	168	204	294	357	238	768	1344	896	1088	4096
72	204	144	168	204	238	168	660	935	660	770	3025
73	228	168	192	266	304	224	732	1159	854	976	3721
74	187	121	132	187	204	132	561	867	561	612	2601
75	150	110	110	165	165	121	470	705	517	517	2209
76	384	256	304	384	456	304	1200	1800	1200	1425	5625
77	210	154	238	165	255	187	798	855	627	969	3249
78	252	168	204	294	357	238	768	1344	896	1088	4096
79	204	144	168	204	238	168	660	935	660	770	3025
80	228	168	192	266	304	224	732	1159	854	976	3721
81	187	121	132	187	204	132	561	867	561	612	2601
82	165	121	121	165	165	121	528	720	528	528	2304
83	384	256	304	384	456	304	1200	1800	1200	1425	5625
84	210	154	238	165	255	187	798	855	627	969	3249
85	210	140	170	294	357	238	620	1302	868	1054	3844
86	204	144	168	204	238	168	660	935	660	770	3025
87	228	168	192	266	304	224	732	1159	854	976	3721
88	187	121	132	187	204	132	561	867	561	612	2601
89	150	110	110	165	165	121	470	705	517	517	2209
90	312	208	247	384	456	304	936	1728	1152	1368	5184
91	210	154	238	165	255	187	798	855	627	969	3249
92	252	168	204	294	357	238	768	1344	896	1088	4096
93	204	144	168	204	238	168	660	935	660	770	3025
94	228	168	192	266	304	224	732	1159	854	976	3721
95	187	121	132	187	204	132	561	867	561	612	2601
96	150	110	110	165	165	121	470	705	517	517	2209
97	252	168	204	294	357	238	768	1344	896	1088	4096
98	204	144	168	204	238	168	660	935	660	770	3025
99	247	182	208	266	304	224	806	1178	868	992	3844
100	187	121	132	187	204	132	561	867	561	612	2601
101	150	110	110	165	165	121	470	705	517	517	2209
102	384	256	304	384	456	304	1200	1800	1200	1425	5625
103	195	143	221	165	255	187	728	840	616	952	3136
104	210	140	170	294	357	238	620	1302	868	1054	3844
105	204	144	168	204	238	168	660	935	660	770	3025
106	247	182	208	266	304	224	806	1178	868	992	3844
107	187	121	132	187	204	132	561	867	561	612	2601
108	150	110	110	165	165	121	470	705	517	517	2209
109	252	168	204	294	357	238	768	1344	896	1088	4096
110	204	144	168	204	238	168	660	935	660	770	3025
111	247	182	208	266	304	224	806	1178	868	992	3844
112	153	99	108	187	204	132	441	833	539	588	2401
113	231	154	187	294	357	238	693	1323	882	1071	3969
114	204	144	168	204	238	168	660	935	660	770	3025
115	228	168	192	266	304	224	732	1159	854	976	3721
116	170	110	120	187	204	132	500	850	550	600	2500
117	286	130	143	220	242	110	728	1232	560	616	3136
118	286	182	182	308	308	196	819	1386	882	882	3969
119	165	143	176	195	240	208	605	825	715	880	3025
120	266	196	238	266	323	238	896	1216	896	1088	4096
Jumlah	27178	18154	21614	28287	33418	22510	84662	131676	87969	104469	408776

Lampiran 14

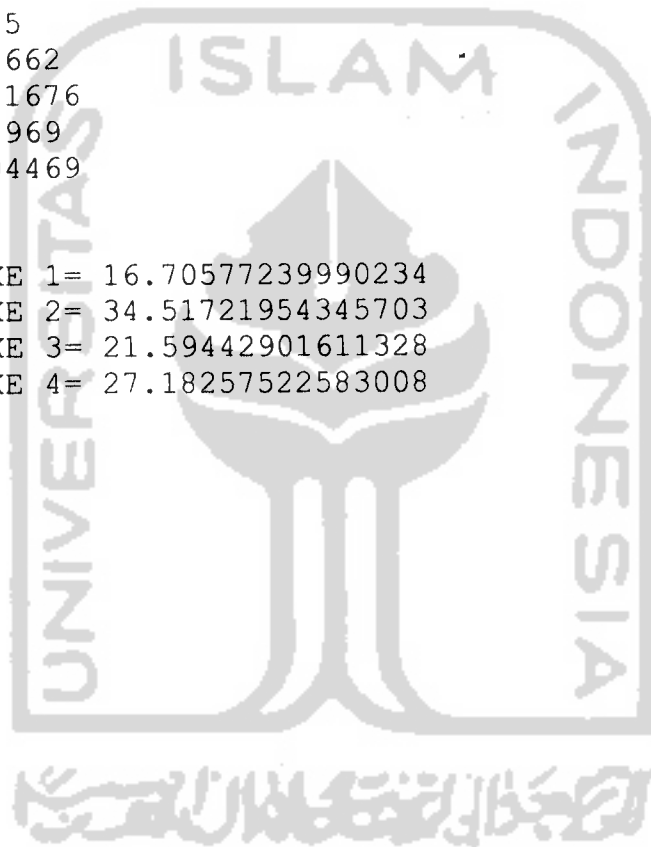
Listing Program, menghitung bobot faktor dengan Turbo Basic

```
10 REM * HITUNG BOBOT FAKTOR *
20 REM * SURYA N. P *
30 REM
40 INPUT "JUMLAH RESPONDEN";JR
50 INPUT "JUMLAH X1";F1 .....(input  $\Sigma X_1$ )
60 INPUT "JUMLAH X2";F2 .....(input  $\Sigma X_2$ )
70 INPUT "JUMLAH X3";F3 ..... (input  $\Sigma X_3$ )
80 INPUT "JUMLAH X4";F4 .....(input  $\Sigma X_4$ )
90 INPUT "JUMLAH X1Y";J1 .....(input  $\Sigma X_1Y$ )
100 INPUT "JUMLAH X2Y";J2 .....(input  $\Sigma X_2Y$ )
110 INPUT "JUMLAH X3Y";J3 .....(input  $\Sigma X_3Y$ )
120 INPUT "JUMLAH X4Y";J4 .....(input  $\Sigma X_4Y$ )
130 PRINT
140 SF=F1+F2+F3+F4 ..... (menghitung  $\Sigma Y$ )
150 SX=J1+J2+J3+J4 .....(menghitung  $\Sigma Y^2$ )
160 K1=J1-(F1*SF)/JR ..... (menghitung  $\Sigma x_1y$ )
170 K2=J2-(F2*SF)/JR .....(menghitung  $\Sigma x_2y$ )
180 K3=J3-(F3*SF)/JR ..... (menghitung  $\Sigma x_3y$ )
190 K4=J4-(F4*SF)/JR .....(menghitung  $\Sigma x_4y$ )
200 J=SX-(SF^2)/JR .....(menghitung  $\Sigma y^2$ )
210 B1=(K1/J)*100 .....(menghitung bobot faktor ke 1)
220 B2=(K2/J)*100 .....(menghitung bobot faktor ke 2)
230 B3=(K3/J)*100 .....(menghitung bobot faktor ke 3)
240 B4=(K4/J)*100 .....(menghitung bobot faktor ke 4)
250 PRINT
270 PRINT "BOBOT FAKTOR KE 1=";B1
280 PRINT "BOBOT FAKTOR KE 2=";B2
290 PRINT "BOBOT FAKTOR KE 3=";B3
300 PRINT "BOBOT FAKTOR KE 4=";B4
310 END
```

Lampiran 15
Hasil Output Perhitungan

JUMLAH RESPONDEN? 120
JUMLAH X1? 1444
JUMLAH X2? 2237
JUMLAH X3? 1496
JUMLAH X4? 1775
JUMLAH X1Y? 84662
JUMLAH X2Y? 131676
JUMLAH X3Y? 87969
JUMLAH X4Y? 104469

BOBOT FAKTOR KE 1= 16.70577239990234
BOBOT FAKTOR KE 2= 34.51721954345703
BOBOT FAKTOR KE 3= 21.59442901611328
BOBOT FAKTOR KE 4= 27.18257522583008



Lampiran 16
Angka Kritik Nilai r

<i>Derajat Kebebasan (df)</i>	5 %	1%	<i>Derajat Kebebasan (df)</i>	5 %	1%
1	.997	1.000	24	.338	.495
2	.950	.990	25	.381	.485
3	.875	.959	26	.374	.478
4	.811	.917	27	.367	.463
5	.754	.874	28	.361	.463
6	.707	.834	29	.355	.456
7	.666	.798	30	.349	.449
8	.632	.765	35	.325	.418
9	.602	.735	40	.304	.393
10	.576	.708	45	.288	.372
11	.553	.684	50	.273	.354
12	.532	.661	60	.250	.325
13	.497	.623	70	.232	.302
14	.497	.623	80	.217	.283
15	.482	.606	90	.205	.267
16	.468	.590	100	.195	.254
17	.456	.575	125	.174	.228
18	.444	.561	150	.159	.208
19	.433	.549	200	.138	.181
20	.423	.537	300	.113	.148
21	.413	.529	400	.098	.128
2	.404	.515	500	.088	.115
23	.396	.505	1000	.062	.081

Sumber : Fisher dan Yates, " Statistical tables for biological agricultural and medical research ", dikutip dari R.P. Kolstoe, *Introduction to Statistic for the Behavioral Sciences*, Home-wood, Illinois, Dorsey Press, 1973.