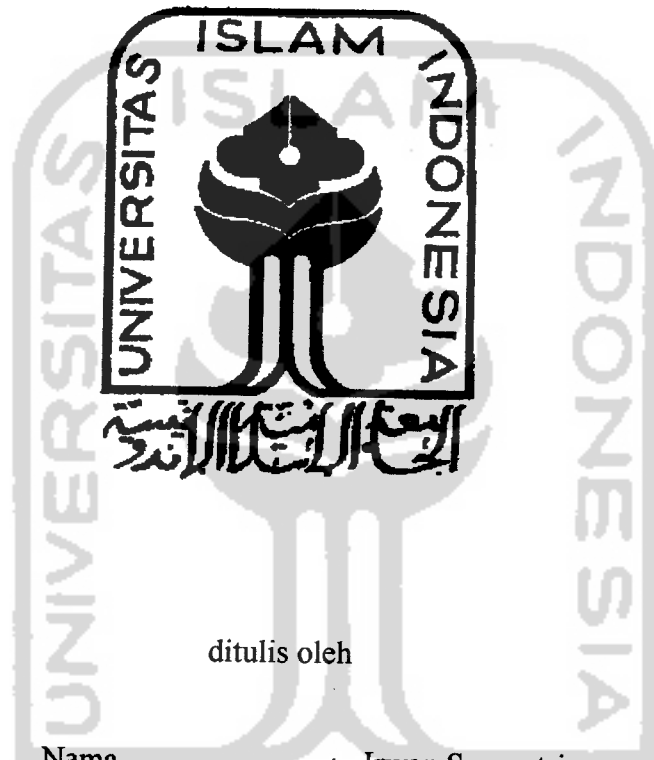


**Analisis Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Merek Yamaha Di Kecamatan
Banguntapan Bantul Yogyakarta**

SKRIPSI



ditulis oleh

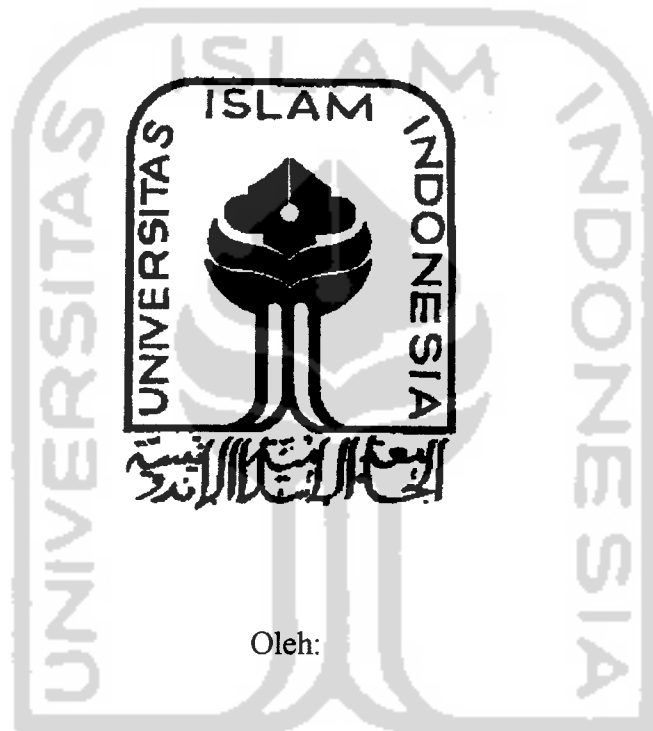
Nama : Irwan Sumantri
Nomor Mahasiswa : 02311445
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2007**

**Analisis Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Merek Yamaha Di Kecamatan
Banguntapan Bantul Yogyakarta**

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



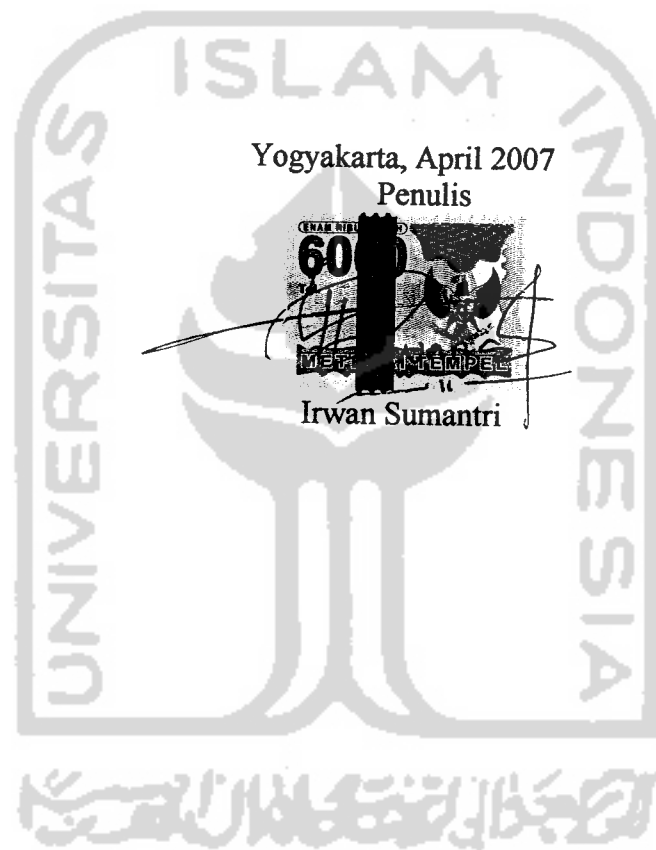
Oleh:

Nama : Irwan Sumantri
Nomor Mahasiswa : 02311445
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2007**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



**Analisis Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Merek Yamaha Di Kecamatan
Banguntapan Bantui Yogyakarta**

Nama : Irwan Sumantri

Nomor Mahasiswa : 02311445

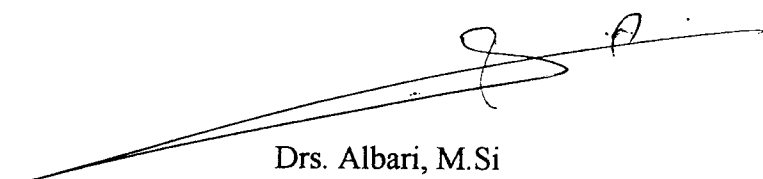
Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, april 2007

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Drs. Albari, M.Si

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Merek Yamaha di
Kecamatan Banguntapan Bantul Yogyakarta**

Disusun Oleh: IRWAN SUMANTRI
Nomor mahasiswa: 02311445

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 17 April 2007

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Albari, M.Si

Penguji : Drs. Yazid, MM

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia



Drs. Asma'ul Isnak, M.Bus, Ph.D

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- *Kedua orang tuaku tercinta, ayahanda Ngadimin Trisnasetia dan ibundaku Sumarti atas segala kesabaran dan kecintaannya dalam membesarkan kami anak-anaknya, yang telah melalui pahit getirnya hidup demi kami anak-anaknya.*
- *Kakaku Sekeluarga yang aku sayangi thanks a lot... kalian selalu memberikan keceriaan padaku.*
- *Adiku yang aku sayangi Hendrik Firmansyah thanks a lot....atas dukungannya*

MOTTO

Ujian bagi seseorang yang sukses bukanlah pada kemampuannya untuk mencegah munculnya masalah, tetapi pada waktu menghadapi dan menyelesaikannya setiap kesulitan saat masalah itu terjadi
(David J. Schwartz)

*“Ya Allah, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami bersalah.
Ya Allah, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami.*

*Ya Allah, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya.
Beri maafilah kami, ampunilah kami, dan rahmatilah kami.*

Engkau penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir”.

(Q.S Al – Baqarah 286)

ABSTRAK

Kepentingan sosial ekonomi konsumen menghendaki agar produk yang diperoleh sesuai dengan harapan yang dibayar konsumen. Apabila produk yang diperoleh sesuai dengan harapan maka nantinya konsumen akan menggunakan berulang kali. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggannya, hal ini akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kepuasan pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 1994).

Begitu pentingnya menciptakan kepuasan konsumen bagi kehidupan sebuah perusahaan, tidak terkecuali untuk perusahaan otomotif, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai perilaku konsumen yang berjudul: “ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA DI KECAMATAN BANGUNTAPAN BANTUL YOGYAKARTA”

Berdasarkan karakteristik konsumen yang menggunakan sepeda motor Yamaha di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul sebagian besar konsumen adalah pria yaitu sebesar 52,1 persen, berusia muda yaitu antara 26 – 35 tahun sebesar 40,6 persen, berprofesi sebagai pegawai swasta dan wiraswasta dimana keduanya masing-masing sebesar 35,4 persen, dengan penghasilan antara Rp. 1 juta hingga 2 juta rupiah yaitu sebesar 60,4 persen. Hal ini berarti target pasar sasaran pada produk sepeda motor Yamaha telah menegenya yaitu kalangan menengah keatas, terbukti dengan profil konsumen yang masih berusia muda, yang berprofesi sebagai karyawan swasta maupun wiraswasta dan memiliki penghasilan menengah keatas. Selain itu image produk ini lebih cocok untuk kalangan pria, juga telah terbukti dengan mayoritas pemakai sepeda motor ini adalah pria.

Berdasarkan pengujian hipotesis disimpulkan bahwa terdapat perbedaan harapan sebelum membeli dan penilaian kinerja konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul. Dari ketujuh atribut, konsumen merasakan puas atas produk sepeda motor Yamaha untuk atribut harga, bahan bakar, mesin, perawatan dan purna jual; sedangkan untuk atribut model dan suku cadang, konsumen merasakan netral/tidak merasa puas dan juga tidak merasa tidak puas.

Sedangkan berdasarkan karakteristik konsumen atas umur dan pekerjaan secara umum terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya. Untuk karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin dan penghasilannya secara umum tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. maka apabila kamu telah selesai dari satu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap. (Alam Nasyrah 6-8)

Rasulullah bersabda : berupayalah sekeras mungkin untuk meraih apa yang berguna bagimu dan memohonlah pertolongan kepada *ALLAH* dan janganlah bersikap lemah, dan jika kamu tertimpa sesuatu, jangan mengatakan : "Oh, seandainya dahulu aku berbuat begini mungkin hasilnya akan lain", Tetapi katakanlah, "*Allah* telah menakdirkan dan *Allah* melakukan apa yang ia kehendaki" karena sesungguhnya kata "seandainya" akan membukakan pintu seithan". (Hadist Riwayat Muslim)

Skripsi ini disusun untuk melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan tugas akhir di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, oleh karenanya pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Inayah-nya kepadaku sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ucapan terspesial untuk kedua orang tuaku ayahanda Ngadimin Trisnasetia dan Ibunda Sumarti yang tak henti-hentinya memberikan

dukungan dan do'a untuk kesuksesanku dan yang telah banyak berkorban demi tercapainya cita-citaku. *Maafin ... cuma ini yang sementara bisa kasi ke mama n' papa ☹*

3. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi, Asmai Ishak, Drs., M.Bus., Ph.D.
4. Bpk. Albari., Drs., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan nasehat yang berguna dalam penulisan skripsi ini.
5. Ucapan terimakasih untuk Neneku tersayang Mbah Hj Ribus atas dukungan dan doanya.
6. Kakaku sekeluarga Teh Edah, Mas Winarto, Nabila, Rizal, Nadia aku bangga pada kalian sekeluarga.....I LOVE YOU all....
7. Adeku tersayang, Dek Hendrik Firmansyah aku bangga punya adek seperti kamu... *I love you all...*
8. Keluarga Pak'de Ali Mijan(Alm)... terimakasih atas semangat dan doanya selama penggarapan skripsi ini.
9. Keluarga Nova Perwira Yuda "Om, Tante, Dek Vita," makasih banyak atas tumpangannya di awal kuliah dulu...
10. Keluarga Ang Sodikin, Keluarga Besar Temo, Keluarga besar Bapak Kusen(alm) Keluarga Mang Parman, makasih atas semua dukungan dan bantuannya.
11. Sahabat-sahabat terbaikku selama aku di perantauan ini "Dokter, Dede Brj, DankDunk, MonCos, Aris Jhon, Bagus, Sonderponnk, Jajang, Didi, Tio, Ondeng" dan "Suryo Paul" yang menerimaku apa adanya dan

melewati banyak hal indah bersama, kalian menambah warna baru dalam hidupku

12. Konco-konco Manajemen 02 FE UII (Agus ahong, Abitc, Ibnu, Anas, Iksan, Agus Arie "Kapan kuliah lg", Jaka, dll) kapan kita nongkrong bareng lg.
13. Temang-temang seperjuangan di tempat KKN Di Gunung Kidul "Jenk Die, Ayi, Nuniek, Dimas, Gita, Sopy, Yadi, Nur, Angky, Neli, and Asmi" Thanks atas bantuannya, semoga kalian sukses.....amin
14. Jogjakartaku.... Yang telah menjadikan aku lebih dewasa dan mandiri, *will miss u someday.*
15. Dan semua temen-temen yang lain yang tidak bisa aku sebutkan satu per satu muakasih biyangeet yak atas dukungannya.

Akhir kata Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca yang budiman jurusan manajemen pada umumnya dan konsentrasi pemasaran pada khususnya.

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

Yogyakarta, Maret 2007

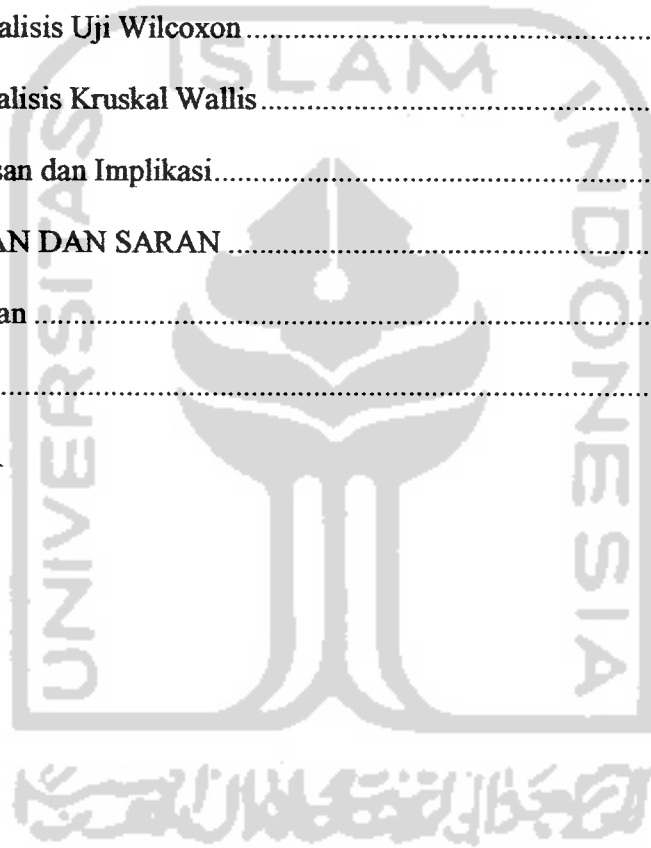
Irwan Sumantri

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan Skripsi	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Motto.....	vii
Abstrak.....	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4

BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.1.1. Penelitian Albari.....	6
2.1.2. Penelitian Ipada	7
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.2.3. Perilaku Konsumen	11
2.2.4. Teori Perilaku Konsumen.....	12
2.2.5. Model Kepuasan Konsumen	13
2.2.6. Penanganan Keluhan Pelanggan	15
2.2.7. Atribut-Atribut Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	18
2.3. Hipotesis Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1. Variabel Penelitian.....	21
3.2. Definisi Operasional	22
3.3. Populasi dan Sampel	24
3.4. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	26
3.5. Instrumen atau Alat Pengumpul Data	27
3.6. Metode Analisis Data.....	29

BAB IV ANALISIS DATA	33
4.1. Pengujian Instrumen Penelitian	33
4.2. Analisis Deskriptif	37
4.3. Analisis Kuantitatif	41
4.3.1. Analisis Uji Wilcoxon.....	41
4.3.2. Analisis Kruskal Wallis.....	43
4.4. Pembahasan dan Implikasi	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen Pertanyaan Sikap Konsumen Terhadap Sepeda Motor Merek Yamaha	36
Tabel 4.2. Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas	37
Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Umur	38
Tabel 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan	41
Tabel 4.7. Hasil Uji Perbedaan Harapan Sebelum Membeli dan Penilaian Kinerja	42
Tabel 4.8. Hasil Analisis Kruskal Wallis Berdasarkan Karakteristik Umur Responden	44
Tabel 4.9. Hasil Analisis Kruskal Wallis Berdasarkan Karakteristik Gender Responden	46
Tabel 4.10. Hasil Analisis Kruskal Wallis Berdasarkan Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.11. Hasil Analisis Kruskal Wallis Berdasarkan Karakteristik Penghasilan Responden	50

Daftar Gambar

Gambar	Halaman
I. Model Kepuasan	15



Daftar Lampiran

Lampiran	Halaman
Kuisisioner	59
I. Tabulasi hasil kuisisioner	63
II. Analisis Deskriptif	68
III. Pengujian Instrumen	70
IV. Analisis Kuantitatif	71



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini lingkungan bisnis berkembang pesat dan bertambah kompleks, pergeseran kekuatan dari pasar penjual kearah pasar pembeli yang mengakibatkan setiap pelaku bisnis harus selalu dapat memantau, memahami dan memberikan segala sesuatu yang diharapkan konsumen. Memahami dan memberikan segala sesuatu yang diharapkan konsumen bagi para pelaku bisnis adalah penting agar perusahaan dapat mengantisipasi perubahan sikap konsumen pada produknya, karena dalam era pasar yang berorientasi pada pelanggan seperti sekarang ini, para pemasar dituntut untuk terus berusaha mempertahankan kepuasan konsumen. Menciptakan kepuasan konsumen adalah sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, hal ini karena dengan terciptanya kepuasan maka konsumen dalam hal ini pelanggan perusahaan tidak akan berpaling meskipun banyak produk substitusi yang ditawarkan oleh pasar.

Lingkungan bisnis yang kompetitif seperti sekarang ini juga semakin memperkuat paradigma bisnis yang mengatakan bahwa mempertahankan kepuasan pelanggan jauh lebih sulit daripada mendapatkannya, terlebih lagi pada situasi bisnis sekarang ini, dimana barang substitusi yang ditawarkan jumlahnya sangat banyak, sehingga para pembeli memiliki banyak alternatif untuk memilih produk yang akan dibeli. Perusahaan dengan masing-masing

produknya berupaya agar apa yang dihasilkan dapat melekat dibenak konsumennya dan terus dikonsumsi oleh masyarakat luas. Penyesuaian produk juga terus dilakukan agar produk yang ditawarkan dapat memenuhi keinginan konsumen. Langkah-langkah inovatif terus digulirkan melalui kreatifitas yang dilakukan dengan cara mengkombinasikan bauran pemasaran yang ada.

Perkembangan otomotif di Indonesia terutama untuk sepeda motor tidak mau ketinggalan untuk mencoba menggarungi segmen pasar baru yang dirasa menguntungkan. Bahkan tidak sedikit jumlah pesaing yang memasuki segmen baru, dimana persaingan yang menonjol terjadi pada sepeda motor jenis motor bebek. Salah satu pemicunya adalah membanjirnya sepeda motor buatan Cina yang mulai merambah pada pertengahan tahun 2000, dengan menawarkan harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan motor-motor jenis bebek yang sudah dikenal sebelumnya. Begitu banyaknya sepeda motor buatan Cina yang ikut meramaikan dunia otomotif di Indonesia, antara lain Jialing, Sanex, Hokaido, Jin-Cheng, Beijing, Sumo, Nasha, Viar, Loncyn, Kymco dan sebagainya.

Setiap perusahaan dituntut mempunyai komitmen untuk membangun hubungan seumur hidup dengan pelanggan, agar tercipta kepuasan pelanggan terhadap produk perusahaan. Dalam dunia otomotif harus diakui bahwa teknologi suatu produk besar sekali pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Begitu juga dengan keiritan bahan bakar maupun desain sepeda motor. Oleh karena itu untuk mempertahankan konsumen, pihak produsen

dituntut untuk selalu tanggap dan cermat terhadap apa saja yang diinginkan dan diharapkan konsumen, seperti harga, teknologi, desain dan kualitas produk agar dapat mempengaruhi kualitas konsumen terhadap produk perusahaan, dalam penelitian ini adalah sepeda motor merek Yamaha. Pemilihan merek sepeda motor Yamaha dalam penelitian ini dikarenakan Yamaha memiliki daya inovatif dan kecanggihan teknologi yang lebih baik dibandingkan dengan merek sepeda motor lainnya. Selain itu sepeda motor merek Yamaha memiliki pasar yang cukup kuat di masyarakat Indonesia.

Kepentingan sosial ekonomi konsumen menghendaki agar produk yang diperoleh sesuai dengan harapan yang dibayar konsumen. Apabila produk yang diperoleh sesuai dengan harapan maka nantinya konsumen akan menggunakan berulang kali. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggannya, hal ini akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kepuasan pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 1994).

Begitu pentingnya menciptakan kepuasan konsumen bagi kehidupan sebuah perusahaan, tidak terkecuali untuk perusahaan otomotif, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai perilaku konsumen yang berjudul: “ **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR**

MEREK YAMAHA DI KECAMATAN BANGUNTAPAN BANTUL YOGYAKARTA”

1.2. Rumusan Masalah

Berpijak dari latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah :

1. Apakah ada perbedaan harapan sebelum membeli dan penilaian kinerja konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul?
2. Apakah ada perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk menetapkan perbedaan harapan sebelum membeli dan penilaian kinerja konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul.
2. Untuk menetapkan perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Peneliti

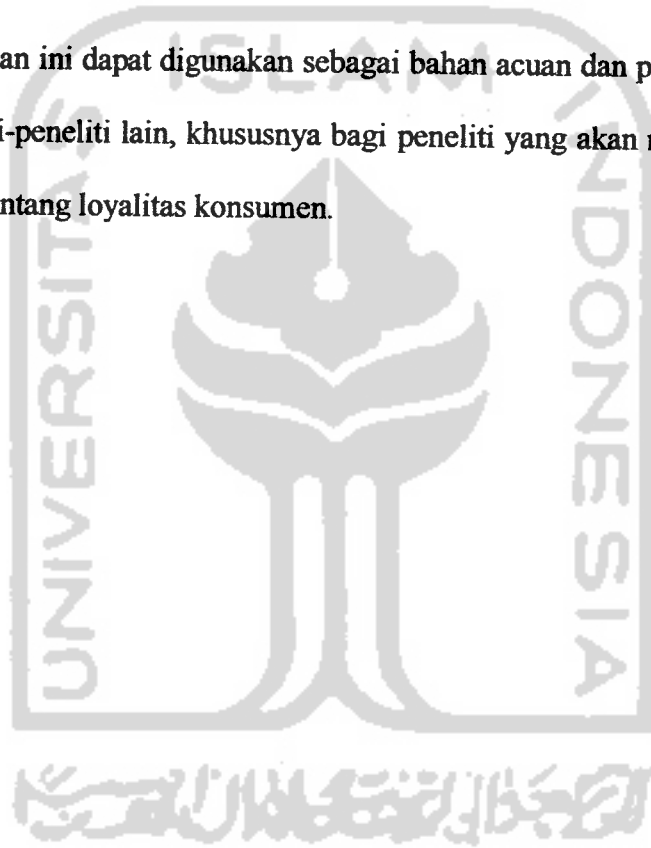
Hasil penelitian ini dapat menambah serta mengembangkan teori yang diperoleh untuk dapat diaplikasikan ke dalam dunia praktek.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas perusahaan yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memberikan pelayanan yang lebih memuaskan lagi kepada konsumennya sehingga konsumen semakin loyal.

3. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dan perbandingan bagi peneliti-peneliti lain, khususnya bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian tentang loyalitas konsumen.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

2.1.1. Penelitian Albari (1999)

Penelitian ini mengenai sikap konsumen dalam membeli ayam goreng (merek asing dan lokal) di Yogyakarta dengan menggunakan model sikap multi atribut fishbein. Model sikap ini mengacu pada aspek kognitif dan afektif. Model ini merupakan suatu perangkat penilaian sikap konsumen didasarkan pada keyakinan konsumen yang ringkas mengenai atribut produk/merek yang bersangkutan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada ayam goreng merek asing, atribut pelayanan yang ramah, restoran dengan suasana yang nyaman dan rasa gurih mendapat nilai keyakinan dan sikap tertinggi dari konsumen. Sedangkan yang masih dianggap kurang adalah harga yang rendah dan penyembelihan yang sesuai dengan agama.

Disamping itu ada pengaruh positif dari keyakinan dan evaluasi terhadap sikap beli konsumen ayam goreng merek asing, kecuali pada harga yang murah, rasa manis, restoran yang dekat dengan tempat tinggal dan penyembelihan ayam yang sesuai dengan ajaran agama. Demikian pula pada ayam goreng merek lokal juga ada pengaruh positif dari keyakinan dan evaluasi terhadap sikap beli konsumen kecuali untuk rasa

manis, bentuk gorengan yang kering, waktu pelayanan yang cepat dan restoran yang dekat dengan tempat tinggal.

2.1.2. Penelitian Ipada (2003)

Penelitian dilakukan dalam rangka penyusunan skripsi untuk menyelesaikan program studi S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Subjek penelitiannya adalah PT Kaledia Yogyakarta. Dengan model sikap fishbein, dimana keyakinan dan evaluasi sebagai dasar pembentukan sikap diukur dengan atribut harga (tarif dari internet, pemberian diskon), fasilitas (kelengkapan fasilitas, kemampuan akses internet secara cepat, akomodasi, ruang yang nyaman), pelayanan (keamanan dan kenyamanan, pelayanan yang baik dan cepat), lokasi (lokasi mudah dijangkau, areal parkir). Data diperoleh dari angket dengan pertanyaan 5 skala, dan diolah dengan alat analisis regresi berganda dan uji beda kruskal wallis.

Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan analisis sumbangan rata-rata masing-masing atribut keyakinan, evaluasi dan sikap dapat diketahui bahwa atribut mendapatkan layanan jasa dengan suasana yang nyaman merupakan atribut yang paling tidak diyakini konsumen. Dari hasil analisis kruskal wallis disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan keyakinan dan sikap konsumen berdasarkan karakteristik konsumen. Dari hasil regresi dapat disimpulkan dengan uji F hasil dari keyakinan dan evaluasi atribut tidak memiliki pengaruh positif terhadap sikap konsumen. Dengan uji T dapat

diketahui bahwa variabel keyakinan yang berpengaruh dengan sikap konsumen adalah areal parkir yang luas.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Pengertian Pemasaran

Istilah pemasaran seringkali kita dengar dalam kehidupan sehari-hari dan mungkin secara tidak langsung kita terlibat didalamnya. Kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting bagi suatu perusahaan karena melalui suatu usaha pemasaran ini, perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan memperoleh laba. Menurut Starton (Dharmamesta & Handoko, 1987),

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Sedangkan Kotler (1997) mendefinisikan pemasaran sebagai berikut:

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

Berdasarkan definisi pemasaran di atas dapat disimpulkan bahwa sebenarnya proses pemasaran itu terjadi atau dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi, karena mencakup keputusan yang harus dibuat untuk menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran atau

penjualan produk tersebut, serta mampu mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang selalu harus dipuaskan.

Kegiatan pemasaran baru akan timbul bila manusia akan memutuskan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan untuk mendapatkan produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya tersebut. Salah satunya dengan melakukan pertukaran, agar pertukaran dapat terjadi harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a. Adanya dua belah pihak
- b. Masing-masing pihak harus memiliki sesuatu yang bernilai bagi pihak lain.
- c. Masing-masing pihak dapat berkomunikasi dan menyerahkan barang.
- d. Masing-masing pihak bebas menerima atau menolak dan menyerahkan barang.

2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran

Tugas manajemen pemasaran adalah memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran yang dapat membantu dalam mencapai tujuan perusahaan serta dalam menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan.

Kotler mengemukakan definisi manajemen pemasaran adalah sebagai berikut (Dharmamesta & Handoko, 1987):

Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.

William. J. Shultz dalam bukunya Alma. B (1992), memberikan definisi sebagai berikut:

Manajemen marketing telah merencanakan pengarahannya dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan ataupun bagian dari perusahaan.

Sedangkan Ben. M. Enis dalam Alma B (1992) menyatakan bahwa:

Manajemen pemasaran adalah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau perusahaan.

Pengertian tersebut di atas mempunyai implikasi yaitu (Alma B, 1992):

1. Definisi di atas menekankan adanya efektivitas dan efisiensi. Efektivitas artinya memaksimalkan hasil yang hendak dicapai yang telah ditetapkan terlebih dahulu, sedangkan efisiensi adalah meminimalkan pengeluaran atau biaya yang digunakan untuk mencapai hasil tersebut.
2. Manajemen pemasaran ini merupakan suatu proses. Penekanan pada efisien dan kreatifitas erat hubungannya dengan pengertian produktivitas. Jika orang ingin menentukan produktivitas, maka ia harus mengetahui hasil yang dicapai dan sumber-sumber apa yang telah digunakan. Hal ini sangat diharapkan perusahaan dapat menggunakan sumber-sumber seefisien mungkin dan mendapatkan hasil yang maksimal, hal inilah yang disebut efisiensi dan efektivitas.

2.2.3. Perilaku Konsumen

Dalam pengembangan manajemen pemasaran selalu berorientasi pada konsumen, yaitu pengetahuan yang mendalam mengenai perilaku konsumen dengan mempelajari keinginan, persepsi, preferensi dan perilaku belanja pelanggan sasaran mereka. Pengertian perilaku konsumen menurut Blackwell dan Miniard (1999) adalah sebagai berikut:

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan yang langsung terlibat didalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Menurut Kotler dan Armstrong (1997) pada dasarnya perilaku konsumen dipengaruhi oleh:

1. Faktor Budaya

Budaya adalah penyebab utama dan paling mendasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang. Setiap kelompok atau masyarakat mempunyai suatu budaya dan pengaruh budaya pada tingkah laku membeli bervariasi sangat besar dari daerah ke daerah. Pemasar dituntut untuk selalu mencoba menemukan pergeseran budaya agar dapat mengetahui produk baru yang mungkin diinginkan.

2. Faktor Sosial

Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Seseorang seringkali memilih produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat.

3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

4. Faktor Psikologi

Terdapat empat faktor penting yang secara psikologis mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap. Pemasar penting untuk mengetahui praktik dari teori pengetahuan karena mereka dapat membentuk permintaan akan suatu produk dengan menghubungkannya dengan dorongan yang kuat, menggunakan petunjuk yang membangkitkan motivasi dan memberikan pembenaran positif.

2.2.4. Teori Perilaku Konsumen

Untuk mengetahui dan memahami proses motivasi yang mendasari dan mengarahkan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian, perlu dipelajari beberapa teori perilaku konsumen antara lain (Dharmamesta & Handoko, 1987):

1. Teori Ekonomi Mikro

Menurut teori ini setiap konsumen akan berusaha mendapatkan kepuasan maksimal dan konsumen akan meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk untuk jangka waktu yang lama bila konsumen

telah mendapatkan kepuasan dari produk yang sama yang telah dikonsumsi.

2. Teori Psikologis

Pada dasarnya teori ini merupakan penerapan dari teori-teori bidang psikologis dalam menganalisa perilaku konsumen. Teori psikologis ini didasarkan diri pada faktor-faktor psikologis individu yang selalu dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan.

3. Teori Sosiologis

Teori ini lebih menitik beratkan pada hubungan dan pengaruh antara individu-individu yang dikaitkan dengan perilaku mereka. Jadi lebih mengutamakan perilaku kelompok bukannya perilaku individu.

4. Teori Antropologis

Dalam teori ini lebih menekankan pada perilaku pembelian dari suatu kelompok masyarakat, bukan kelompok inti (seperti keluarga), tetapi kelompok besar yang ruang lingkupnya luas. Dengan menggunakan teori antropologis, manajemen dapat mempelajari akibat-akibat yang ditimbulkan oleh factor-faktor tersebut terhadap perilaku konsumen.

2.2.5. Model Kepuasan Konsumen

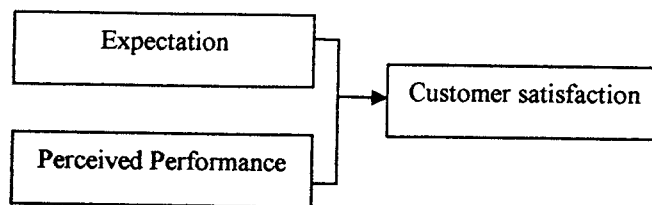
Day (dalam Tse dan Wilson, 1998), menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah

pemakaiannya. Wilkie (1990) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap konsumsi suatu produk atau jasa. Engel, et. Al. (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Sedangkan Kotler, et.al (1996) menandakan bahwa kepuasan pelanggan dalam tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan yang akan diukur dalam penelitian ini meliputi: kepuasan konsumen terhadap produk sepeda motor Yamaha dalam hal harga beli, model, keiritan bahan bakar, ketangguhan mesin, tersedianya suku cadang, kemudahan perawatan dan purna jual

Setiap pemasar mendambakan kepuasan konsumennya yang tinggi dan mengerjakan segala yang mungkin untuk mempertahankannya. Situasi yang ideal tentu saja adalah untuk mendapatkan loyalitas konsumen dalam kadar yang tinggi. Dengan demikian perusahaan perlu mengamati loyalitas konsumen untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta tercapainya tujuan perusahaan.

Kepuasan konsumen secara umum dapat dilihat dari gambar model kepuasan dan loyalitas pelanggan sebagai berikut:

Gambar 1: Model Kepuasan



Sumber: Tjiptono (1997)

Dari gambar model kepuasan dan loyalitas pelanggan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga nantinya konsumen memiliki loyalitas adalah :

1. *Expectation* (Harapan)

Merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan didapatkannya bila mengkonsumsi suatu produk/jasa. Konsumen melakukan pembelian dengan harapan mengenai bagaimana produk tersebut memberikan manfaat ketika produk digunakan.

2. *Perceived Performance* (Kinerja)

Merupakan sesuatu yang diberikan perusahaan pada produknya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

2.2.6. Penanganan Keluhan Pelanggan

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas dan memperoleh laba yang tinggi, hal tersebut dapat tercapai apabila terciptanya hubungan baik antara pelanggan dan penjual karena pelanggan akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang sehingga tercipta loyalitas konsumen. Perusahaan harus

selalu berupaya untuk meminimalisir keluhan pelanggan. Namun demikian apabila terdapat keluhan dari pelanggan maka perusahaan harus menangani keluhan tersebut dengan cermat, terdapat enam aspek penting dalam penanganan keluhan, yaitu: (Tjiptono, 1997)

a. Empati terhadap pelanggan yang marah

Dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah, perusahaan perlu bersikap empati, karena bila tidak maka situasi akan bertambah runyam. Untuk itu perlu diluangkan waktu guna mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan pelanggan tersebut. Dengan demikian permasalahan yang dihadapi dapat menjadi jelas sehingga pemecahan yang optimal dapat diupayakan bersama.

b. Kecepatan dalam penanganan keluhan

Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan pelanggan tersebut dapat menjadi puas. Apabila pelanggan puas dengan cara penanganan keluhannya, maka besar kemungkinannya ia akan menjadi pelanggan perusahaan kembali.

c. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan keluhan

Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi dimana pelanggan dan perusahaan sama-sama diuntungkan.

d. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan

Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran dan kritik maupun pertanyaan serta keluhannya. Di sini sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah dan relatif tidak mahal, dimana pelanggan dapat menyampaikan keluh kesahnya.

e. Strategi peningkatan kinerja perusahaan

Meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, salesmanship dan public relations kepada pihak manajemen dan karyawan.

f. Menerapkan *Quality Function Deployment (QFD)*

QFD adalah praktek untuk merancang suatu proses sebagai anggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan perusahaan.

Hal ini dilaksanakan dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk sedini mungkin.

2.2.7. Atribut-Atribut Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen terhadap produk sepeda motor Yamaha dipengaruhi oleh beberapa atribut sebagai berikut:

1. Harga beli

Harga adalah (Dharmamesta, 1999): jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasar, harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi market sharenya. Bagi perusahaan harga tersebut akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih, harga suatu barang dan atau jasa juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan.

2. Model

Suatu produk yang akan diproduksi oleh suatu perusahaan tertentu, modelnya akan ditentukan terlebih dahulu yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen serta memenuhi segala fungsi yang diperlukan sehingga dapat memenuhi harapan konsumen. Pengertian dari model itu sendiri mempunyai arti pola acuan atau contoh dari sesuatu yang akan dibuat atau dihasilkan.

3. Keiritan bahan bakar

Dalam kondisi saat ini dimana harga BBM terus mengalami kenaikan, keiritan bahan bakar kendaraan bermotor menjadi salah satu penentu

utama konsumen untuk memilih kendaraan yang akan dipergunakannya. Dalam setiap kendaraan biasanya mempunyai karakteristik yang berbeda dalam hal keiritan bahan bakar, hal ini ditandai dengan sejauh mana kendaraan itu dapat berjalan dalam setiap satu liter bahan bakar yang digunakan.

4. Ketangguhan mesin

Ketangguhan mesin pada setiap kendaraan sangat diinginkan oleh setiap konsumen, karena ketangguhan mesin dapat memudahkan konsumen menggunakan dalam setiap medan yang akan dilaluinya, misalnya kendaraan tersebut handal dalam medan yang menanjak dan mampu menyesuaikan dengan kondisi jalan yang akan dilaluinya yang memiliki mesin yang telah teruji sehingga memberikan kenyamanan bagi pengendaranya.

5. Tersedianya suku cadang

Suku cadang adalah faktor utama dari kendaraan, karena dengan tersedianya suku cadang yang lengkap memudahkan konsumen untuk mencari atau mengganti komponen dari kendaraan yang rusak. Konsumen tidak kesulitan dalam mencari suku cadang adalah faktor utama pilihannya untuk memilih kendaraan bermotor.

6. Kemudahan Perawatan

Kemudahan dalam hal perawatan merupakan salah satu atribut pertimbangan konsumen dalam memilih kendaraan bermotor karena dengan perawatan yang mudah konsumen sedikit banyak akan

mengetahui kondisi kendaraan yang dipakainya. Dalam hal ini nantinya konsumen dapat merawat sendiri dan tidak perlu harus selalu ke bengkel yang dapat menimbulkan biaya perawatan yang tinggi.

7. Purna jual

Purna jual kendaraan bermotor mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk sepeda motor karena konsumen menginginkan produk tersebut pada saat dijual kembali oleh konsumen tidak mengalami penurunan harga yang relatif tinggi (tidak banyak rugi). Purna jual kendaraan dipengaruhi oleh kondisi mesin, kondisi body kendaraan, tahun pembuatan dan yang tidak kalah pentingnya adalah kelengkapan surat-surat dari kendaraan tersebut.

2.3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan kesimpulan yang bersifat sementara. Hipotesis adalah suatu pernyataan yang penting kedudukannya di dalam penelitian dan hipotesis akan berperan memberikan tujuan dan penentuan arah yang harus ditempuh dalam penelitian. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ha1 = Terdapat perbedaan harapan sebelum membeli dan penilaian kinerja konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul.

Ha2 = Terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian

1. *Customer Satisfaction* (Kepuasan Konsumen)

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan yang akan diukur dalam penelitian ini meliputi: kepuasan konsumen terhadap produk sepeda motor Yamaha dalam hal harga beli, model, keiritan bahan bakar, ketangguhan mesin, tersedianya suku cadang, kemudahan perawatan dan purna jual.

2. *Expectation* (Harapan)

Merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan didaptkannya bila mengkonsumsi suatu produk/jasa. Konsumen melakukan pembelian dengan harapan mengenai bagaimana produk tersebut memberikan manfaat ketika produk digunakan. Faktor harapan konsumen terhadap produk sepeda motor merek Yamaha dipengaruhi oleh adanya atribut produk seperti: harga, model, keiritan bahan bakar, ketangguhan mesin, suku cadang, kemudahan perawatan dan purna jual.

3. *Perceived Performance* (Kinerja)

Merupakan sesuatu yang diberikan perusahaan pada produknya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Faktor kinerja produk sepeda motor merek Yamaha dipengaruhi oleh adanya atribut produk

seperti: harga, model, keiritan bahan bakar, ketangguhan mesin, suku cadang, kemudahan perawatan dan purna jual.

4. Karakteristik Konsumen

a. Usia:

1. Kurang dari 25 tahun
2. Antara 26 tahun sampai dengan 35 tahun
3. Lebih dari 35 tahun

b. Jenis kelamin:

1. pria
2. wanita

c. Penghasilan per bulan

1. Kurang dari Rp 1.000.000
2. Antara Rp 1.001.000 sampai dengan Rp 2.000.000
3. Lebih dari Rp2.000.000

d. Pekerjaan

1. PNS/TNI/POLRI
2. Pegawai swasta
3. Wiraswasta

3.2. Definisi Operasional

1. Harga beli

Harga adalah (Dharmamesta, 1999): jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

2. Model

Pengertian dari model itu sendiri mempunyai arti pola acuan atau contoh dari sesuatu yang akan dibuat atau dihasilkan.

3. Keiritan bahan bakar

Dalam setiap kendaraan biasanya mempunyai karakteristik yang berbeda dalam hal keiritan bahan bakar, hal ini ditandai dengan sejauh mana kendaraan itu dapat berjalan dalam setiap satu liter bahan bakar yang digunakan.

4. Ketangguhan mesin

Ketangguhan mesin pada setiap kendaraan sangat diinginkan oleh setiap konsumen, karena ketangguhan mesin dapat memudahkan konsumen menggunakan dalam setiap medan yang akan dilaluinya.

5. Tersedianya suku cadang

Suku cadang adalah faktor utama dari kendaraan, karena dengan tersedianya suku cadang yang lengkap memudahkan konsumen untuk mencari atau mengganti komponen dari kendaraan yang rusak.

6. Kemudahan Perawatan

Kemudahan dalam hal perawatan merupakan salah satu atribut pertimbangan konsumen dalam memilih kendaraan bermotor karena dengan perawatan

yang mudah konsumen sedikit banyak akan mengetahui kondisi kendaraan yang dipakainya.

7. Purna jual

Purna jual kendaraan bermotor mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk sepeda motor karena konsumen menginginkan produk tersebut pada saat dijual kembali oleh konsumen tidak mengalami penurunan harga yang relatif tinggi (tidak banyak rugi).

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu kesatuan individu yang dijadikan obyek penelitian pada wilayah dan waktu dengan kualitas tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang memiliki produk sepeda motor Yamaha di Kecamatan Banguntapan Bantul Yogyakarta. Alasan pemilihan lokasi adalah dekat dengan tempat tinggal peneliti sehingga diharapkan untuk dapat lebih mempermudah mendapatkan data dan mempercepat proses penelitian.

Sampel adalah besaran karakteristik (tertentu) dari sebagian populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasi. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *convenience sampling* yaitu dimana peneliti mencari responden dengan mendatangi rumah warga satu persatu yang mewakili populasi (konsumen potensial produk sepeda motor Yamaha di Kecamatan Banguntapan Bantul Yogyakarta) dan kemudian memberikan angket untuk diisi oleh responden.

Adapun metode pengambilan sampel yang dipakai adalah pendugaan harga proporsi populasi dengan rumus sebagai berikut (Nugroho, 1993):

$$n = 0,25 [(Z_{1/2\alpha})/E]^2$$

dimana: E : Deviasi sampling maksimum yang diinginkan peneliti

Z : Luas kurva normal standar (dari table Z)

α : Tingkat kesalahan data yang ditolerir peneliti

n : Jumlah sampel

Berdasarkan ketentuan tersebut, peneliti menetapkan taraf kesalahan dalam pengujian statistik adalah $\alpha = 5\%$, karena pada umumnya taraf kesalahan pada pengujian statistik ditetapkan sebesar 5%. Dengan demikian maka nilai $Z_{1/2\alpha} = 1,96$ (dari table Z). selain itu peneliti juga menetapkan tingkat kesalahan maksimum yang mungkin terjadi adalah tidak lebih dari 10% atau $E = 0,1$; karena jika taraf kesalahan lebih dari 10% maka penyebaran angket tidak dapat diteruskan karena data yang akan diperoleh menjadi tidak valid. Dengan penetapan $E = 10\%$ maka akan menjadikan tingkat kebenarannya adalah 0,9 atau 90% sehingga akan menghasilkan data yang relatif benar.

Dari rumus di atas maka besarnya jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebagai berikut:

$$n = 0,25 \times [1,96/0,1]^2$$

$$n = 0,25 \times [1,96]^2$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel adalah 96 responden dimana hal ini dianggap sudah cukup mewakili populasi yang diteliti.

3.4. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data pada penelitian ini adalah data primer yaitu data diperoleh dari responden yang membeli/memiliki produk sepeda motor merek Yamaha dengan menggunakan kuisisioner.

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuisisioner. Metode kuisisioner (angket) adalah metode pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden. Dalam penelitian ini digunakan sistem tertutup yaitu alternatif jawaban sudah disediakan bagi responden sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan. Alternatif jawaban tersebut merupakan suatu pertanyaan atau penilaian. Dari hasil isian kuisisioner oleh responden akan diperoleh data mengenai sikap konsumen terhadap produk sepeda motor Yamaha di kecamatan Banguntapan Bantul Yogyakarta. Susunan kuisisionernya terdiri dari tiga bagian, yaitu:

Bagian I:

Bagian ini berisi pertanyaan tentang data identitas responden beserta karakteristik responden berupa umur, gender, pekerjaan dan tingkat penghasilan.

Bagian II:

Bagian ini berisi pertanyaan tentang harapan responden terhadap atribut produk (harga, model, keiritan bahan bakar, ketangguhan mesin, suku cadang, kemudahan perawatan dan purna jual).

Bagian III:

Bagian ini berisi pertanyaan kinerja yang dirasakan responden terhadap atribut produk (harga, model, keiritan bahan bakar, ketangguhan mesin, suku cadang, kemudahan perawatan dan purna jual).

3.5. Instrumen atau Alat Pengumpul Data

a) Pengukuran Variabel

Dalam menyelesaikan masalah-masalah penelitian dan untuk mempermudah analisis data, maka variable-variabel yang digunakan harus diukur terlebih dahulu. Variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini semuanya diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang ada, yang dituangkan dalam bentuk pertanyaan.

b) Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk menguji apakah daftar angket yang dibuat berdasarkan indikator-indikator yang ada dalam tiap variable penelitian, baik itu untuk variabel bebas ataupun untuk variable terikatnya, maka akan digunakan dua alat uji. Dimana hal tersebut ditujukan untuk mengetahui apakah daftar pertanyaan dan pertanyaan yang dibuat memang benar-benar dapat

mewakili indikator-indikator yang ada pada setiap variable penelitian, dan alat uji yang digunakan diantaranya:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengungkapkan kemampuan suatu instrument dalam mengukur kebenaran hasil penelitian secara cermat dan tepat serta sekaligus membuktikan bahwa suatu instrumen dalam hal ini adalah kuisisioner valid digunakan dalam penelitian. Suatu instrumen atau tes pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut mampu menjalankan fungsi ukurnya, atau dapat memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. (Azwar, 2001).

Suatu instrumen tes yang diuji dapat dikatakan valid yaitu jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh \geq koefisien di tabel nilai-nilai kritis r yaitu pada taraf signifikansi 5% atau 1%. (Nurgiyantoro, Gunawan, Marzuki, 2000). Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu alat ukur kestabilan hasil akhir. Sehingga bilamana alat ukur yang sama digunakan untuk menguji instrumen yang sama akan menghasilkan data yang dapat dipercaya (*reliable*).

Uji ini dilakukan untuk mengetahui adanya penyimpangan atau deviasi yang mungkin disebabkan adanya berbagai faktor acak (*random*

factor) dalam proses pengukuran (Supranto, 2001). Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan perkiraan *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan bagaimana tingginya butir-butir dalam kuisioner berkorelasi atau berinteraksi. Bila suatu alat ukur diuji berulang kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat tersebut dikatakan reliabel.

Hasil dinyatakan reliabel jika nilai koefisien korelasi (r) yang diperoleh \geq dari r tabel ($\alpha = 5\%$ atau 1%). Dengan demikian instrumen yang akan diujicobakan dapat dinyatakan reliabel, artinya sebagai sebuah alat pengukuran, instrumen tersebut dapat mengukur secara konsisten. (Nurgiyantoro, Gunawan, Marzuki, 2000). Untuk memberi kemudahan dalam melakukan uji reliabilitas, maka dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS.

3.6. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini akan digunakan metode analisis data deskriptif dan kuantitatif guna menganalisis kepuasan konsumen sepeda motor merek Yamaha di kecamatan Banguntapan Bantul Yogyakarta.

1. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden dengan menguraikan hal-hal yang berhubungan dengan kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan faktor atau variable yang berkaitan

dengan responden dan atribut sepeda motor Yamaha. Metode analisis data secara deskriptif bertujuan untuk menguraikan tentang sifat atau karakteristik dari suatu keadaan. Metode ini digunakan untuk menarik kesimpulan dari kaitan yang sulit diukur.

2. Analisis Kuantitatif

Analisis ini adalah analisis yang bersifat kualitatif yang diubah kedalam bentuk angka-angka sehingga dapat dilakukan analisis secara kuantitatif dengan cara memberikan bobot pada jawaban yang diterima. Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji wilcoxon dan Analisis Kruskal Walls.

a. Uji Wilcoxon

Adalah salah satu perhitungan non parametrik yang digunakan untuk membuktikan perbedaan dan sampel berhubungan. Dalam hal ini, digunakan untuk mengetahui kepuasan yang dirasakan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul. Prosedur pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Perumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)

H_0 : Tidak terdapat perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul.

H_a : Terdapat perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul.

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis dengan probabilitas $\alpha = 5\%$
 - * Ho diterima atau Ha ditolak apabila probabilitasnya $\geq 0,05$
 - * Ho ditolak atau Ha diterima apabila probabilitasnya $< 0,05$
 3. Menghitung nilai probabilitas dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS.
 4. Mengambil keputusan dengan menggunakan hasil pada prosedur kedua dan ketiga sehingga dapat menentukan untuk menerima atau menolak hipotesis.
- b. Uji Kruskal-Wallis (uji H)

Uji kruskal Wallis dipergunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya perbedaan kepuasan atau ketidakpuasan antara kelompok amatan. Dalam penelitian ini, analisis Kruskal Wallis digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumennya misalnya gender, usia, penghasilan dan pekerjaan dengan nilai kepuasan konsumen.

Langkah-langkah dalam teknik analisis Kruskall Wallis:

1. Perumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)

Ho : Tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya.

Ha : Terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya.

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis dengan probabilitas $\alpha = 5\%$
 - * Ho diterima atau Ha ditolak apabila probabilitasnya $\geq 0,05$
 - * Ho ditolak atau Ha diterima apabila probabilitasnya $< 0,05$
3. Menghitung nilai probabilitas untuk Kruskal Wallis menggunakan bantuan komputer program SPSS.
4. Mengambil keputusan dengan menggunakan prosedur b dan c sehingga dapat menentukan untuk menerima atau menolak hipotesis.

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1 Pengujian Instrumen Penelitian

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

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

Sedangkan reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila

pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Misalkan seseorang mengukur panjang jarak dua buah bangunan dengan dua jenis alat ukur, yang satu adalah meteran yang terbuat dari logam, sedangkan yang lain adalah dengan kaki adalah alat pengukur yang kurang realibel.

Dalam penelitian ini, cara yang ditempuh untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan angket yang berisi tentang butir-butir pertanyaan yang kemudian dibagikan kepada responden. Langkah awal sebelum melakukan penyebaran angket kepada seluruh responden adalah melakukan pengujian kualitas data dengan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas setiap daftar pertanyaan. Dalam melakukan pengujian kualitas data, angket di sebar kepada 96 orang responden kaki adalah alat pengukur yang kurang realibel.

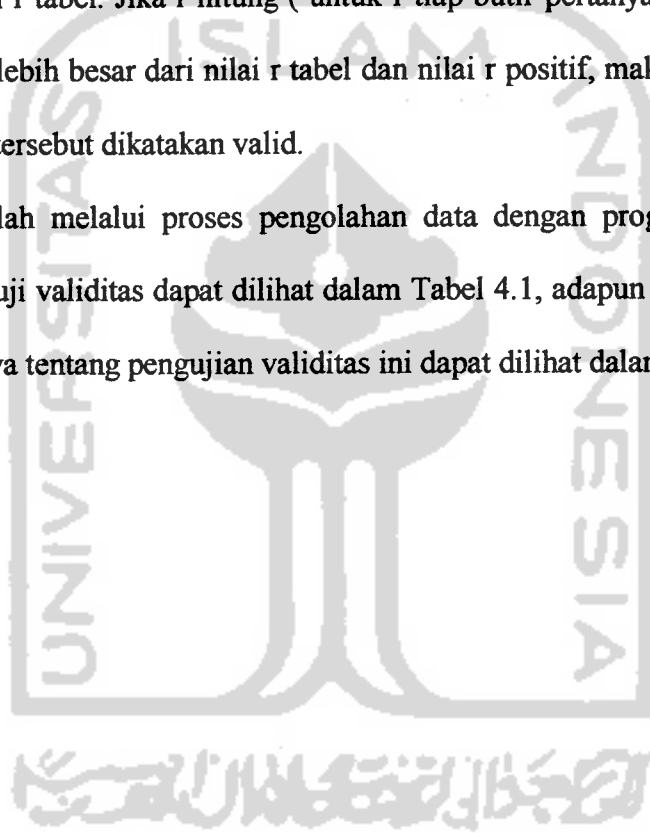
Dalam penelitian ini, cara yang ditempuh untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan angket yang berisi tentang butir-butir pertanyaan yang kemudian dibagikan kepada responden. Langkah awal sebelum melakukan penyebaran angket kepada seluruh responden adalah melakukan pengujian kualitas data dengan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

a. Hasil Uji Validitas

Dalam pngujian ini koefisien korelasi kritis diperoleh dari tabel distribusi r dengan menggunakan derajat bebas $N = 96$ dan taraf signifikasi sebesar 5% diperoleh nilai $r\text{-tabel} = 0,1689$.

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

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



Tabel 4.1
Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen Pertanyaan
Kepuasan Konsumen Terhadap Sepeda Motor Merek Yamaha

Variabel	Item	r xy	r tabel	Keterangan
Harapan	Harga	0,3553	0,1689	Valid
	Model	0,4047	0,1689	Valid
	Bahan bakar	0,7837	0,1689	Valid
	Mesin	0,6395	0,1689	Valid
	Suku cadang	0,3423	0,1689	Valid
	Perawatan	0,7473	0,1689	Valid
Kinerja	Purna jual	0,3487	0,1689	Valid
	Harga	0,7536	0,1689	Valid
	Model	0,8651	0,1689	Valid
	Bahan bakar	0,8449	0,1689	Valid
	Mesin	0,7473	0,1689	Valid
	Suku cadang	0,5923	0,1689	Valid
	Perawatan	0,5794	0,1689	Valid
	Purna jual	0,4394	0,1689	Valid

Seperti telah dikemukakan diatas bahwa, bila koefisien korelasi lebih besar dari korelasi kritis ($r \text{ tabel} = 0,1689$), maka butir instrumen dinyatakan valid. Dari hasil uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir dengan skor diatas 0,1689, sehingga semua butir instrumen pertanyaan harapan dan kinerja dapat dinyatakan valid.

b. Uji Keandalan Instrumen Penelitian (Reliability Test)

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

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

Tabel 4.2
Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha	r-kritis	Status
Harapan	0,7707	0,60	Reliable (handal)
Kinerja	0,8278	0,60	Reliable (handal)

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Dengan mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Nunally semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden dengan menguraikan hal-hal yang berhubungan dengan kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Analisis ini mengemukakan data-data konsumen seperti karakteristik konsumen yang meliputi umur, jenis kelamin, pekerjaan dan tingkat penghasilan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Umur

Usia seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan sikap konsumen karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga akan mempengaruhi persepsi dalam menentukan obyek. Tabel 4.3 menunjukkan usia responden.

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
<25 th	27	28,1
26-35 th	39	40,6
>35 th	30	31,3
Total	96	100

Dari data diatas menunjukkan bahwa responden pengguna sepeda motor Yamaha mayoritas berusia 26-35 tahun, yaitu sebesar 40,6% (39 orang). Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia kurang dari 25 tahun sebesar 28,1% atau (27 orang), dan terakhir berusia lebih dari 35 tahun sebesar 31,3% atau 30 orang.

Kenyataan menunjukkan bahwa konsumen adalah berusia muda. Hal ini berarti produk sepeda motor Yamaha lebih disukai oleh konsumen muda, dimana responden ini merupakan konsumsi terbesar dalam penggunaan sepeda motor di kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul, mengingat sepeda motor merupakan alat transportasi paling banyak digunakan oleh masyarakat Banguntapan Bantul.

2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing-masing jenis kelamin. Dari hasil angket yang telah disebarakan diperoleh hasil seperti terlihat dalam tabel 4.4

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	50	52,1
Wanita	46	47,9
Jumlah	96	100

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa 52,1% responden berjenis kelamin pria dan 47,9% responden berjenis kelamin wanita. Kenyataan ini menunjukkan bahwa konsumen yang menggunakan produk sepeda motor Yamaha didominasi oleh pria. Hal ini disebabkan karena sepeda motor Yamaha mudah digunakan dan dirancang bernuansa *sporty* bagi pengendara, terutama kaum pria.

3. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan sikap konsumen karena pengetahuan, pergaulan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga akan mempengaruhi persepsi dalam menentukan obyek. Tabel 4.5 menunjukkan klasifikasi pekerjaan responden.

Tabel 4.5
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Usia	Jumlah	Persentase
PNS/TNI/POLRI	28	29,2
Pegawai swasta	34	35,4
Wiraswasta	34	35,4
Total	96	100

Dari data diatas menunjukkan bahwa responden pengguna sepeda motor Yamaha mayoritas berprofesi sebagai wiraswasta dan pegawai swasta, yaitu masing-masing keduanya sebesar 35,4% (34 orang). Sedangkan distribusi profesi yang lain yaitu PNS/TNI/POLRI sebesar 29,2% atau (28 orang).

Kenyataan menunjukkan bahwa konsumen adalah rata-rata mayoritas berprofesi sebagai wiraswasta dan pegawai swasta. Hal ini berarti produk sepeda motor Yamaha lebih disukai oleh konsumen dikalangan swasta, dimana responden ini merupakan konsumsi terbesar dalam penggunaan sepeda motor di kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul, mengingat sepeda motor merupakan alat transportasi paling banyak digunakan oleh masyarakat Banguntapan Bantul.

4. Penghasilan

Penghasilan seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan sikap konsumen dalam memilih produk sepeda motor. Responden yang berpenghasilan rendah cenderung memilih sepeda motor yang harganya lebih terjangkau, sedangkan responden yang berpenghasilan tinggi

cenderung mementingkan kualitas dan harga sebagai alternatif kedua.

Tabel 4.6 menunjukkan distribusi tingkat penghasilan responden.

Tabel 4.6
Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah	Persentase
< Rp. 1.000.000	16	16,7
Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000	58	60,4
> Rp 2.000.000	22	22,9
Total	96	100

Dari tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa penghasilan per bulan responden mayoritas antara Rp 1.001.000 – Rp 2.000.000 sebesar 60,4% (58 orang). Sedangkan distribusi penghasilan yang lain kurang dari Rp 1.000.000 sebanyak 16 orang atau 16,7%, dan responden berpenghasilan diatas Rp. 2.000.000 adalah sebesar 22,9% atau 22 orang.

Dari distribusi karakteristik responden berdasarkan tingkat penghasilan maka dapat diartikan bahwa konsumen sepeda motor Yamaha mayoritas berpenghasilan menengah, hal ini menunjukkan bahwa produk sepeda motor Yamaha secara umum sudah dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan ekonomi menengah, sehingga dalam penetapan harga selama ini sudah dapat dinyatakan layak.

4.3. Analisis Kuantitatif

4.3.1. Analisis Uji Wilcoxon

Untuk mendukung analisis dalam penelitian ini digunakan analisis Wilcoxon Test untuk mengetahui apakah terdapat terdapat perbedaan

harapan sebelum membeli dan penilaian kinerja konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul secara statistik. Hasil analisis Wilcoxon Test sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Perbedaan Harapan Sebelum Membeli dan Penilaian Kinerja

No	Atribut	Kinerja	Harapan	Gap	Kriteria	Sig	Ket
1	Harga	4,09	3,23	0,86	P	0,000	Sig
2	Model	4,05	3,49	0,56	N	0,007	Sig
3	Bahan bakar	4,31	3,38	0,94	P	0,000	Sig
4	Mesin	4,36	3,48	0,89	P	0,000	Sig
5	Suku cadang	4,04	3,30	0,74	N	0,000	Sig
6	Perawatan	3,88	3,03	0,85	P	0,000	Sig
7	Purna jual	3,65	2,78	0,86	P	0,000	Sig
	Total	4,06	3,24	0,81	P	0,000	Sig

Keterangan: P = puas N= netral

Untuk menginterpretasikan tingkat kepuasan konsumen dihitung dengan interval gap terbesar dan terkecil, yaitu:

Nilai gap tertinggi : $5 - 1 = 4$

Nilai gap terendah : $1 - 5 = -4$

Interval : $\frac{4 - (-4)}{5} = 1,6$

Sehingg dapat ditentukan kriteria:

Jika gap bernilai -4 s/d -2,4 : sangat tidak puas

Jika gap bernilai -2,4 s/d -0,8 : tidak puas

Jika gap bernilai -0,8 s/d 0,8 : netral

Jika gap bernilai 0,8 s/d 2,4 : puas

Jika gap bernilai 2,4 s/d 4 : sangat puas

Berdasarkan hasil analisis kepuasan seperti pada tabel 4.7 dapat diketahui bahwa rata-rata gap sebesar 0,81. Nilai ini termasuk dalam kategori **puas** , hal ini karena nilai gap 0,81 berada pada rentang 0,8 sampai dengan 2,4 yang merupakan kriteria puas. Secara parsial dari ketujuh atribut hanya atribut model dan suku cadang yang menunjukkan responden bersikap netral, sedangkan untuk atribut harga, bahan bakar, mesin, perawatan, dan purna jual menunjukkan tingkat kepuasan konsumen pada tingkat puas.

Dari seluruh hasil uji wilcoxon diperoleh hasil bahwa atribut kepuasan pada sepeda motor merek Yamaha di Banguntapan Bantul terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan. Hal ini didukung dengan hasil pada total kepuasan yang menunjukkan ada perbedaan yang signifikan (diperoleh Sig 0,000). Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan “Terdapat perbedaan harapan sebelum membeli dan penilaian kinerja konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul” **dapat diterima.**

4.3.2. Analisis Kruskal Wallis

Hipotesis penelitian menyatakan terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya. Untuk menjawab hipotesis penelitian ini digunakan alat analisis yaitu uji Kruskal Wallis Test. Keputusan dalam menerima atau menolak H_0 dilakukan dengan

membandingkan probabilitas dengan batas tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika probabilitas kesalahan lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan jika probabilitas kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak yang artinya terdapat perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik responden. Hasil analisis Kruskal Wallis dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Perbedaan Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Karakteristik Umur Responden

Hasil analisis Kruskal Wallis berdasarkan karakteristik umur responden dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8
Hasil Analisis Kruskal Wallis Berdasarkan Karakteristik Umur Responden

Atribut	Mean rank			Sig	keterangan
	< 25	26-35	>35		
Harga	51,89	55,18	36,77	0,007	Signifikan
Model	51,09	45,68	49,83	0,575	Tidak signifikan
Bahan bakar	53,17	55,14	35,67	0,003	Signifikan
Mesin	52,46	54,68	36,90	0,007	Signifikan
Suku cadang	53,89	51,15	40,20	0,62	Tidak signifikan
Perawatan	49,96	49,82	45,47	0,715	Tidak signifikan
Purna jual	53,76	55,03	35,28	0,003	Signifikan

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa kelompok responden dibawah 25 tahun telah memberikan nilai kepuasan tertinggi pada atribut suku cadang (53,89) dan kepuasan terendah terjadi pada atribut perawatan (49,96). Sehingga kecenderungan kelompok responden dibawah 25 tahun merasa sangat puas pada atribut suku cadang.

Begitu juga dengan responden yang berusia antara 25 - 35 tahun dengan nilai kepuasan tertinggi terjadi pada atribut harga (55,18) dan kepuasan terendah terjadi pada atribut model (45,68). Dengan demikian kelompok responden yang berusia 25 – 35 tahun memiliki kecenderungan dalam kepuasan produk sepeda motor Yamaha pada atribut harga yang menarik.

Sedangkan hasil kepuasan konsumen pada kelompok responden yang berusia diatas 35 tahun memberikan nilai kepuasan paling tinggi pada atribut model (49,83), sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut purna jual (35,28). Hal ini berarti kecenderungan kepuasan konsumen pada kelompok ini dalam menggunakan produk sepeda motor Yamaha terletak pada atribut model.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan tingkat kepuasan yang signifikan terhadap model, suku cadang dan perawatan berdasarkan karakteristik umur. Hal ini berarti konsumen yang berusia muda maupun yang berusia tua telah memberikan sikap yang sama terhadap atribut-atribut model, suku cadang dan perawatan yang ada pada sepeda motor Yamaha. Sedangkan untuk atribut harga, bahan bakar, mesin dan purna jual dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha yang signifikan berdasarkan karakteristik umur. Dengan demikian hasil uji signifikansi tingkat kepuasan berdasarkan umur sebagian besar telah mendukung hipotesis yang kedua yang menyatakan terdapat perbedaan

tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya.

b. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Jenis kelamin

Hasil analisis Kruskal Wallis berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9
Hasil Analisis Kruskal Wallis Berdasarkan Karakteristik Gender Responden

Atribut	Mean rank		Sig	keterangan
	Pria	Wanita		
Harga	51,42	45,33	0,234	Tidak signifikan
Model	45,50	51,76	0,167	Tidak signifikan
Bahan bakar	50,54	46,28	0,408	Tidak signifikan
Mesin	50,54	46,28	0,397	Tidak signifikan
Suku cadang	52,04	44,65	0,127	Tidak signifikan
Perawatan	55,07	41,36	0,006	Signifikan
Purna jual	50,58	46,24	0,404	Tidak signifikan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test dapat ditunjukkan dalam tabel 4.9 menunjukkan bahwa kelompok konsumen pengguna sepeda motor Yamaha di Banguntapan Kabupaten Bantul, menunjukkan bahwa kelompok pria mempunyai tingkat kepuasan yang paling baik pada atribut perawatan dengan nilai kepuasan sebesar 55,07 dan tingkat kepuasan terendah pada atribut model dengan tingkat kepuasan sebesar 45,50. Sehingga kecenderungan kepuasan pada pria lebih menitikberatkan pada atribut perawatan sepeda motor Yamaha .

Untuk responden wanita, tingkat kepuasan tertinggi terjadi pada atribut model dengan nilai kepuasan sebesar 51,76. Sedangkan tingkat

kepuasan terendah terjadi pada atribut perawatan dengan tingkat kepuasan sebesar 41,36. Dengan demikian kecenderungan wanita dalam merasakan kepuasan tertinggi menggunakan produk sepeda motor Yamaha terletak pada atribut model yang menarik.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa atribut harga beli, model, bahan bakar, mesin, suku cadang, dan purna jual tidak terjadi perbedaan tingkat kepuasan yang signifikan, sedangkan untuk atribut perawatan menunjukkan perbedaan tingkat kepuasan yang signifikan berdasarkan jenis kelamin. Hal ini berarti pria merasakan kepuasan yang berbeda dengan wanita pada atribut perawatan dimana tingkat kepuasan pria lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat kepuasan wanita terhadap perawatan sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul. Dengan demikian hasil uji signifikansi tingkat kepuasan konsumen berdasarkan jenis kelamin sebagian besar tidak mendukung hipotesis yang kedua yang menyatakan terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya.

c. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

Responden

Tabel 4.10
Hasil Analisis Kruskal Wallis Berdasarkan Pekerjaan Responden

Atribut	Mean rank			Sig	keterangan
	PNS/TNI /POLRI	Pegawai Swasta	Wira-swasta		
Harga	45,50	60,88	38,59	0,001	Signifikan
Model	42,93	57,44	44,15	0,014	Signifikan
Bahan bakar	44,93	59,62	40,32	0,005	Signifikan
Mesin	45,00	59,66	40,22	0,003	Signifikan
Suku cadang	46,14	48,76	50,18	0,798	Tidak signifikan
Perawatan	49,50	50,10	46,07	0,768	Tidak signifikan
Purna jual	45,68	51,09	48,24	0,705	Tidak signifikan

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa kelompok responden PNS/TNIPOLRI memiliki tingkat kepuasan tertinggi pada atribut perawatan (49,50) dan tingkat kepuasan terendah terjadi pada atribut model (42,93). Sehingga kecenderungan kelompok responden PNS/TNIPOLRI merasakan tingkat kepuasan produk sepeda motor Yamaha pada atribut perawatan yang menarik.

Untuk responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta memiliki tingkat kepuasan tertinggi produk sepeda motor Yamaha pada atribut harga (60,88) dan tingkat kepuasan terendah terjadi pada atribut suku cadang (48,76). Dengan demikian kelompok responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta memiliki kecendeungan tingkat kepuasan produk sepeda motor Yamaha pada atribut harga yang menarik.

Sedangkan tingkat kepuasan konsumen pada kelompok responden yang berprofesi sebagai wiraswasta memiliki tingkat kepuasan paling tinggi pada atribut suku cadang (50,18), sedangkan tingkat kepuasan terendah terjadi pada atribut harga (38,59). Hal ini berarti kecenderungan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul pada kelompok wiraswasta terletak pada atribut suku cadang.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa atribut harga, model, bahan bakar, dan mesin terjadi perbedaan tingkat kepuasan yang signifikan atas produk sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul, sedangkan untuk atribut suku cadang, perawatan dan purna jual menunjukkan tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan yang signifikan berdasarkan karakteristik profesi. Hal ini berarti antara profesi PNS/TNI/POLRI dan pegawai swasta serta wiraswasta memiliki tingkat kepuasan yang berbeda pada atribut harga, model, bahan bakar dan mesin. Dengan demikian hasil uji signifikansi tingkat kepuasan konsumen berdasarkan jenis pekerjaan sebagian besar mendukung hipotesis yang kedua yang menyatakan terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya.

d. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4.11
Hasil Analisis Kruskal Wallis Berdasarkan Karakteristik Penghasilan Responden

Atribut	Mean rank			Sig	keterangan
	<1.000.000	1.001.000-2.000.000	>2.000.000		
Harga	50,88	49,52	44,09	0,631	Tidak signifikan
Model	33,00	50,50	54,50	0,007	Signifikan
Bahan bakar	53,44	49,03	43,50	0,471	Tidak signifikan
Mesin	48,25	50,22	44,14	0,613	Tidak signifikan
Suku cadang	41,00	48,03	55,18	0,185	Tidak signifikan
Perawatan	39,25	49,16	53,50	0,197	Tidak signifikan
Purna jual	55,53	46,03	49,91	0,400	Tidak signifikan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.11 menunjukkan tingkat kepuasan konsumen kelompok responden yang menggunakan sepeda motor Yamaha di Banguntapan Kabupaten Bantul berdasarkan tingkat penghasilan.

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Kabupaten Bantul yang memiliki pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000 memiliki tingkat kepuasan paling tinggi pada atribut purna jual (55,53), sedangkan tingkat kepuasan terendah terjadi pada atribut model (33,00). Dengan demikian kecenderungan responden yang memiliki penghasilan kurang dari Rp. 1.000.000 memiliki tingkat

kepuasan tertinggi terhadap produk sepeda motor Yamaha terjadi pada atribut purna jual yang menarik.

Sedangkan kelompok responden yang memiliki pengeluaran antara 1 juta rupiah sampai dengan 2 juta rupiah memiliki tingkat kepuasan tertinggi pada atribut model (50,50) dan tingkat kepuasan terendah terjadi pada atribut purna jual (46,03). Dengan demikian kecenderungan konsumen ini memiliki tingkat kepuasan tertinggi terhadap produk sepeda motor Yamaha berada pada atribut model yang menarik.

Untuk kelompok responden yang memiliki penghasilan lebih dari 2 juta rupiah responden memiliki tingkat kepuasan paling tinggi pada atribut suku cadang (55,18) dan tingkat kepuasan terendah terjadi pada atribut bahan bakar (43,50). Hal ini berarti kecenderungan konsumen yang memiliki penghasilan lebih dari 2 juta rupiah merasakan kepuasan produk sepeda motor Yamaha pada atribut suku cadang.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan sepeda motor Yamaha di Banguntapan Kabupaten Bantul berdasarkan penghasilan pada atribut harga, bahan bakar, mesin, suku cadang, perawatan, dan purna jual tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Sedangkan pada atribut model terdapat perbedaan yang signifikan atas tingkat kepuasan konsumen produk sepeda motor Yamaha berdasarkan karakteristik penghasilan. Dengan demikian hasil uji signifikansi tingkat kepuasan konsumen berdasarkan penghasilan sebagian besar tidak mendukung hipotesis yang kedua yang menyatakan

terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya.

4.4. Pembahasan dan Implikasi

Dari hasil analisis wilcoxon diketahui bahwa Dari seluruh hasil uji wilcoxon diperoleh hasil bahwa atribut kepuasan pada sepeda motor merek Yamaha di Banguntapan Bantul terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan. Hal ini didukung dengan hasil pada total kepuasan yang menunjukkan ada perbedaan yang signifikan, dimana diperoleh nilai sig sebesar 0,000 yang merupakan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan “Terdapat perbedaan harapan sebelum membeli dan penilaian kinerja konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul” **dapat diterima**. Dari ketujuh atribut, konsumen merasakan puas atas produk sepeda motor Yamaha untuk atribut harga, bahan bakar, mesin, perawatan dan purna jual; sedangkan untuk pada atribut model dan suku cadang, konsumen merasakan netral/tidak merasa puas dan juga tidak merasa tidak puas. Oleh karena itu Yamaha perlu lebih meningkatkan kualitas produknya pada atribut model dan suku cadang. Untuk model, Yamaha bisa lebih membuat model sepeda motor yang trendy dan benuansa sporty agar lebih dapat meningkatkan kepuasan konsumennya. Sedangkan untuk suku cadang, Yamaha dapat meningkatkan atau memperluas saluran distribusinya dan memproduksi suku cadang yang lebih terjangkau harganya, agar konsumen dapat merasakan kemudahan dalam memperoleh suku cadang dengan harga yang terjangkau.

Produk yang berkualitas merupakan sesuatu yang didambakan oleh segenap konsumen. Menurut Mowen (2001) memandang kualitas sebagai derajat kesesuaian antara produk yang dihasilkan dengan spesifikasi yang telah ditentukan oleh produsen sebelumnya. Semakin tinggi derajat kecocokan produk sepeda motor Yamaha dengan spesifikasi mutu (standar) yang telah ditetapkan akan semakin tinggi pula mutu produk sepeda motor Yamaha. Persepsi harapan konsumen merupakan penilaian subyektif terhadap produk yang diperolehnya. Harapan konsumen merupakan referensi standar kinerja produk/pelayanan, dan seringkali diformulasikan berdasarkan harapan konsumen tentang apa yang akan terjadi. Konsumen memilih sepeda motor Yamaha berdasarkan pengharapan ini, dan setelah menikmati produk tersebut, mereka membandingkannya dengan apa yang mereka harapkan. Bila produk yang mereka nikmati ternyata berbeda jauh dibawah standar kualitas jasa yang mereka harapkan maka konsumen akan kehilangan minat terhadap produk tersebut. Sebaliknya, jika produk sepeda motor Yamaha yang mereka terima memenuhi pengharapannya, mereka cenderung akan memakai lagi produk sepeda motor Yamaha.

Dari hasil uji signifikansi melalui uji kruskal wallis menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik konsumen atas umur dan pekerjaan secara umum terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya. Sedangkan untuk karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin dan penghasilan tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya. Sehingga dalam hal ini Yamaha

dapat lebih mengembangkan produk sepeda motor yang dapat digunakan secara mudah baik oleh pria maupun wanita dan juga dapat mengembangkan produk yang dapat diterima oleh seluruh lapisan penghasilan masyarakat, baik itu konsumen berpenghasilan rendah, menengah maupun atas. Disamping itu Yamaha agar terus mempertahankan dan lebih meningkatkan produk yang sesuai dengan selera segala umur dan tipe pekerjaan konsumennya.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Berdasarkan karakteristik konsumen yang menggunakan sepeda motor Yamaha di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul sebagian besar konsumen adalah pria yaitu sebesar 52,1 persen, berusia muda yaitu antara 26 – 35 tahun sebesar 40,6 persen, berprofesi sebagai pegawai swasta dan wiraswasta dimana keduanya masing-masing sebesar 35,4 persen, dengan penghasilan antara Rp. 1 juta hingga 2 juta rupiah yaitu sebesar 60,4 persen. Hal ini berarti target pasar sasaran pada produk sepeda motor Yamaha telah mengena yaitu kalangan menengah keatas, terbukti dengan profil konsumen yang masih berusia muda, yang berprofesi sebagai karyawan swasta maupun wiraswasta dan memiliki penghasilan menengah keatas. Selain itu image produk ini lebih cocok untuk kalangan pria, juga telah terbukti dengan mayoritas pemakai sepeda motor ini adalah pria.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis disimpulkan bahwa :
 - a. Terdapat perbedaan harapan sebelum membeli dan penilaian kinerja konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul. Dari ketujuh atribut, konsumen merasakan puas atas produk sepeda motor Yamaha untuk atribut harga, bahan bakar, mesin, perawatan dan purna jual;

sedangkan untuk atribut model dan suku cadang, konsumen merasakan netral/tidak merasa puas dan juga tidak merasa tidak puas.

- b. Berdasarkan karakteristik konsumen atas umur dan pekerjaan secara umum terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya. Sedangkan untuk karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin dan penghasilannya secara umum tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha di Banguntapan Bantul berdasarkan karakteristik konsumennya.

5.2 Saran

Dari hasil analisis dan kesimpulan diatas, maka penulis mencoba memberikan saran yang dapat dipergunakan sebagai masukan dan pertimbangan bagi produk sepeda motor Yamaha di Banguntapan Kabupaten Bantul dalam mengelola dan menjalankan kebijakan pemasarannya.

- a. Pihak manajemen Pemasar Yamaha harus memperhatikan atribut suku cadang yang dirasa masih sulit ditemukan oleh konsumen, terutama pada bengkel-bengkel umum, karena ketidakpuasan konsumen berawal dari atribut ini misalnya dengan memperlancar distribusi suku cadang, tidak hanya pada dealer resmi Yamaha saja tetapi dilakukan juga distribusi suku cadang ini pada bengkel-bengkel umum yang telah direkomendasikan oleh Yamaha.
- b. Sebaliknya pihak perusahaan meningkatkan inovasinya terutama dalam hal model sepeda motor Yamaha yang tidak di desain di kalangan / segmen

tertentu saja tetapi mampu menciptakan produk yang dapat diterima oleh kalangan pria atau wanita. Selanjutnya untuk meningkatkan pemasarannya pada segmen yang berpenghasilan rendah, sebaiknya perusahaan dapat memberikan tawaran yang menarik terhadap harga sepeda motor agar lebih kompetitif dibandingkan dengan jenis sepeda motor lainnya yang sejenis.

- c. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian terhadap produk yang sama dengan menambahkan atribut-atribut yang belum diungkap dalam penelitian ini seperti kenyamanan, sistem pembayaran, distribusi dan promosi.



DAFTAR PUSTAKA

- Djarwanto. P.S dan Pangestu (1985). *Statistik Induktif*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Engel. J.F., Blackwell. R.D., dan Miniard. P.W. (1994). *Perilaku Konsumen*. Edisi keenam. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Soepomo (2000). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P. dan Garry Armstrong (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 7. Jakarta: Prenhallindo.
- Swastha, DH., Basu dan T. Handoko (1999). *Azas-Azas Marketing*. Edisi 3. Yogyakarta: Liberty.
- (1987). *Managemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi I. Yogyakarta: Liberty.
- Dian A Ammelia (2007) *Analisis Kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Cabang Cik Ditiro* Yogyakarta:Fakultas Ekonomi UII
- Soeratno dan Lincolin Arsyad. (1993). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Juli. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Santoso, S dan Tjiptono, F. (2001). *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widiastuti, Nur dan Paulus Suryo. N. (2003). *Modul Praktikum Statistik*. Yogyakarta: STIE Widya Wiwaha.

KUISIONER

Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Sdr/Sdri
Pemilik Sepeda Motor Yamaha
Di Kecamatan Banguntapan Bantul Yogyakarta

Dengan hormat,

Dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul "ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA DI KECAMATAN BANGUNTAPAN BANTUL YOGYAKARTA", maka izinkanlah saya:

Nama : Irwan Sumantri
No. Mahasiswa : 02311445
Program Studi : Manajemen (konsentrasi: Pemasaran)
Universitas : Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi

Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri mengisi kuisisioner ini sesuai pendapatnya, untuk melengkapi data-data yang saya perlukan guna menyusun skripsi untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat memperoleh gelar sarjana.

Atas kesediaan dan kesempatannya saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Irwan Sumantri

I
IDENTITAS RESPONDEN

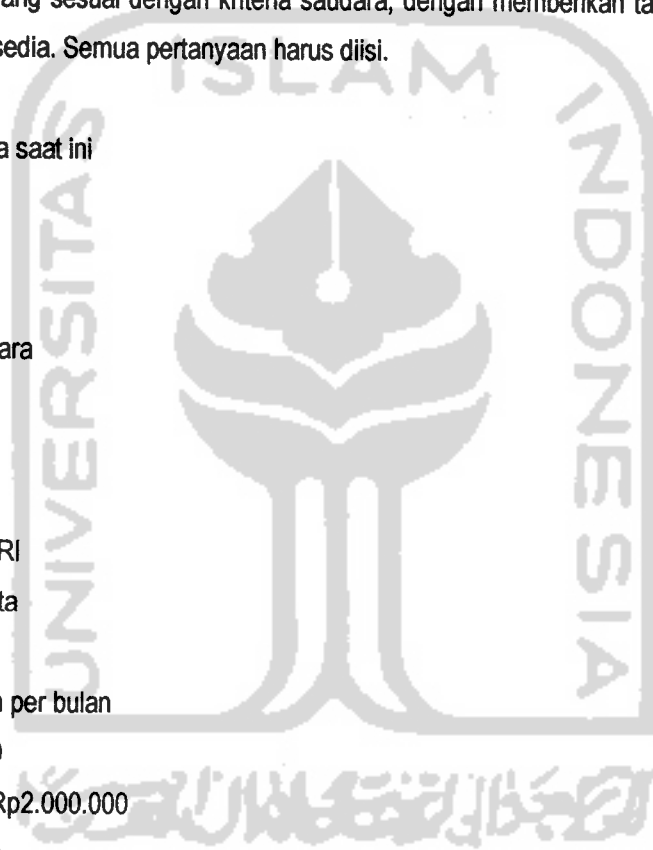
NAMA :

ALAMAT :

Petunjuk Pengisian Kuisisioner:

Pilihlah satu jawaban yang sesuai dengan kriteria saudara, dengan memberikan tanda silang (X) pada jawaban yang tersedia. Semua pertanyaan harus diisi.

1. Umur saudara pada saat ini
 - a. < 25 Tahun
 - b. 26-35 Tahun
 - c. > 35 Tahun
2. Jenis kelamin saudara
 - a. Pria
 - b. Wanita
3. Pekerjaan saat ini
 - a. PNS/ TNI/POLRI
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta
4. Tingkat penghasilan per bulan
 - a. < Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.001.000-Rp2.000.000
 - c. > Rp 2.000.000



PERTANYAAN VARIABEL HARAPAN

Petunjuk Pengisian:

Pilihlah satu jawaban yang sesuai dengan kriteria saudara, dengan memberikan tanda silang (X) pada jawaban yang tersedia. Semua pertanyaan harus diisi.

1. Saya ingin membeli sepeda motor Yamaha yang murah harganya.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
2. Saya ingin bentuk model sepeda motor Yamaha yang saya beli bagus.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
3. Saya ingin sepeda motor Yamaha yang saya beli hemat bahan bakar.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
4. Saya ingin sepeda motor Yamaha dengan mesin yang handal.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
5. Saya ingin kemudahan dalam mendapatkan suku cadang sepeda motor Yamaha saya.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
6. Saya ingin perawatan sepeda motor Yamaha yang saya beli murah.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
7. Saya ingin purna jual sepeda motor Yamaha yang saya beli tetap stabil.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

III
PERTANYAAN VARIABEL KINERJA

Petunjuk Pengisian:

Pilihlah satu jawaban yang sesuai dengan kriteria saudara, dengan memberikan tanda silang (X) pada jawaban yang tersedia. Semua pertanyaan harus diisi.

1. Sepeda motor Yamaha yang saya beli murah harganya.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
2. Model sepeda motor Yamaha yang saya beli bagus.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
3. Sepeda motor Yamaha yang saya beli hemat bahan bakar.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
4. Mesin sepeda motor Yamaha yang saya beli handal.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
5. Suku cadang sepeda motor Yamaha yang saya beli mudah didapat.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
6. Perawatan sepeda motor Yamaha yang saya beli murah.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
7. Purna jual sepeda motor Yamaha yang saya beli tetap stabil.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

LAMPIRAN I
TABULASI HASIL KUISIONER

N	KUISIONER VARIABEL HARAPAN							RATA-RATA
	harga beli	model	bahan bakar	kehandalan	suku cadang	perawatan	purna jual	
1	5	5	5	5	5	5	5	5.00
2	4	5	5	4	3	5	5	4.43
3	3	4	3	4	4	3	2	3.29
4	2	4	3	4	4	3	4	3.43
5	4	5	5	5	5	5	4	4.71
6	3	4	5	5	4	4	5	4.29
7	5	4	4	4	5	4	2	4.00
8	5	4	4	4	4	3	3	3.86
9	4	3	4	4	4	4	5	4.00
10	3	4	3	4	4	4	3	3.57
11	4	5	4	5	5	4	4	4.43
12	4	5	4	5	4	4	4	4.29
13	4	4	5	4	5	4	4	4.29
14	4	4	5	5	5	5	4	4.57
15	5	4	4	4	4	3	3	3.86
16	4	3	4	4	4	4	5	4.00
17	3	4	3	4	4	4	3	3.57
18	4	5	4	5	5	4	4	4.43
19	4	5	4	5	4	4	4	4.29
20	4	4	5	4	5	4	4	4.29
21	4	4	5	5	5	5	4	4.57
22	5	5	5	5	5	5	5	5.00
23	4	5	5	4	3	5	5	4.43
24	3	4	3	4	4	3	2	3.29
25	2	4	3	4	4	3	4	3.43
26	4	5	5	5	5	5	4	4.71
27	3	4	5	5	4	4	5	4.29
28	5	4	4	4	5	4	2	4.00
29	4	5	5	5	5	5	4	4.71
30	3	4	5	5	4	4	5	4.29
31	5	4	4	4	5	4	2	4.00
32	5	4	4	4	4	3	3	3.86
33	4	3	4	4	4	4	5	4.00
34	3	4	3	4	4	4	3	3.57
35	4	5	4	5	5	4	4	4.43
36	4	5	4	5	4	4	4	4.29
37	4	4	5	4	5	4	4	4.29
38	4	4	5	5	5	5	4	4.57
39	4	3	4	4	4	4	5	4.00
40	3	4	3	4	4	4	3	3.57
41	4	5	4	5	5	4	4	4.43
42	4	5	4	5	4	4	4	4.29
43	4	4	5	4	5	4	4	4.29

44	4	4	5	5	5	5	4	4.57
45	5	5	5	5	5	5	5	5.00
46	4	5	5	4	3	5	5	4.43
47	3	4	3	4	4	3	2	3.29
48	2	4	3	4	4	3	4	3.43
49	4	5	5	5	5	5	4	4.71
50	3	4	5	5	4	4	5	4.29
51	5	5	5	5	5	5	5	5.00
52	5	5	5	5	5	5	5	5.00
53	4	5	5	4	3	5	5	4.43
54	3	4	3	4	4	3	2	3.29
55	2	4	3	4	4	3	4	3.43
56	4	5	5	5	5	5	4	4.71
57	3	4	5	5	4	4	5	4.29
58	5	4	4	4	5	4	2	4.00
59	5	4	4	4	4	3	3	3.86
60	4	3	4	4	4	4	5	4.00
61	3	4	3	4	4	4	3	3.57
62	4	5	4	5	5	4	4	4.43
63	4	5	4	5	4	4	4	4.29
64	4	4	5	4	5	4	4	4.29
65	4	4	5	5	5	5	4	4.57
66	5	4	4	4	4	3	3	3.86
67	4	3	4	4	4	4	5	4.00
68	3	4	3	4	4	4	3	3.57
69	4	5	4	5	5	4	4	4.43
70	4	5	4	5	4	4	4	4.29
71	4	4	5	4	5	4	4	4.29
72	4	4	5	5	5	5	4	4.57
73	5	5	5	5	5	5	5	5.00
74	4	5	5	4	3	5	5	4.43
75	3	4	3	4	4	3	2	3.29
76	2	4	3	4	4	3	4	3.43
77	4	5	5	5	5	5	4	4.71
78	3	4	5	5	4	4	5	4.29
79	5	4	4	4	5	4	2	4.00
80	4	5	5	5	5	5	4	4.71
81	3	4	5	5	4	4	5	4.29
82	5	4	4	4	5	4	2	4.00
83	5	4	4	4	4	3	3	3.86
84	4	3	4	4	4	4	5	4.00
85	3	4	3	4	4	4	3	3.57
86	4	5	4	5	5	4	4	4.43
87	4	5	4	5	4	4	4	4.29
88	4	4	5	4	5	4	4	4.29
89	4	4	5	5	5	5	4	4.57
90	4	3	4	4	4	4	5	4.00
91	3	4	3	4	4	4	3	3.57

92	4	5	4	5	5	4	4	4.43
93	4	5	4	5	4	4	4	4.29
94	4	4	5	4	5	4	4	4.29
95	4	4	5	5	5	5	4	4.57
96	5	5	5	5	5	5	5	5.00

N	KUIISIONER VARIABEL KINERJA							RATA-RATA
	harga beli	model	bahan bakar	kehandalan	suku cadang	perawatan	purna jual	
1	3	4	3	3	3	3	3	3.14
2	1	5	2	2	2	2	2	2.29
3	3	4	4	3	3	3	4	3.43
4	4	4	4	4	2	4	2	3.43
5	3	5	3	3	3	2	3	3.14
6	2	4	2	2	2	2	2	2.29
7	2	4	2	2	3	2	3	2.57
8	3	4	3	3	3	3	3	3.14
9	2	4	2	2	2	2	2	2.29
10	3	4	3	2	2	2	4	2.86
11	3	5	3	3	3	3	3	3.29
12	2	4	2	2	2	2	2	2.29
13	3	3	3	3	2	1	3	2.57
14	2	4	2	2	2	2	2	2.29
15	3	4	3	3	3	3	3	3.14
16	2	4	2	2	2	2	2	2.29
17	3	4	3	2	2	2	4	2.86
18	3	5	3	3	3	3	3	3.29
19	2	4	2	2	2	2	2	2.29
20	3	3	3	3	2	1	3	2.57
21	2	4	2	2	2	2	2	2.29
22	3	4	3	3	3	3	3	3.14
23	1	5	2	2	2	2	2	2.29
24	3	4	4	3	3	3	4	3.43
25	4	4	4	4	2	4	2	3.43
26	3	5	3	3	3	2	3	3.14
27	2	4	2	2	2	2	2	2.29
28	2	4	2	2	3	2	3	2.57
29	3	5	3	3	3	2	3	3.14
30	2	4	2	2	2	2	2	2.29
31	2	4	2	2	3	2	3	2.57
32	3	4	3	3	3	3	3	3.14
33	2	4	2	2	2	2	2	2.29
34	3	4	3	2	2	2	4	2.86
35	3	5	3	3	3	3	3	3.29
36	2	4	2	2	2	2	2	2.29
37	3	3	3	3	2	1	3	2.57
38	2	4	2	2	2	2	2	2.29
39	2	4	2	2	2	2	2	2.29
40	3	4	3	2	2	2	4	2.86

41	3	5	3	3	3	3	3	3.29
42	2	4	2	2	2	2	2	2.29
43	3	3	3	3	2	1	3	2.57
44	2	4	2	2	2	2	2	2.29
45	3	4	3	3	3	3	3	3.14
46	1	5	2	2	2	2	2	2.29
47	3	4	4	3	3	3	4	3.43
48	4	4	4	4	2	4	2	3.43
49	3	5	3	3	3	2	3	3.14
50	2	4	2	2	2	2	2	2.29
51	3	4	3	3	3	3	3	3.14
52	3	4	3	3	3	3	3	3.14
53	1	5	2	2	2	2	2	2.29
54	3	4	4	3	3	3	4	3.43
55	4	4	4	4	2	4	2	3.43
56	3	5	3	3	3	2	3	3.14
57	2	4	2	2	2	2	2	2.29
58	2	4	2	2	3	2	3	2.57
59	3	4	3	3	3	3	3	3.14
60	2	4	2	2	2	2	2	2.29
61	3	4	3	2	2	2	4	2.86
62	3	5	3	3	3	3	3	3.29
63	2	4	2	2	2	2	2	2.29
64	3	3	3	3	2	1	3	2.57
65	2	4	2	2	2	2	2	2.29
66	3	4	3	3	3	3	3	3.14
67	2	4	2	2	2	2	2	2.29
68	3	4	3	2	2	2	4	2.86
69	3	5	3	3	3	3	3	3.29
70	2	4	2	2	2	2	2	2.29
71	3	3	3	3	2	1	3	2.57
72	2	4	2	2	2	2	2	2.29
73	3	4	3	3	3	3	3	3.14
74	1	5	2	2	2	2	2	2.29
75	3	4	4	3	3	3	4	3.43
76	4	4	4	4	2	4	2	3.43
77	3	5	3	3	3	2	3	3.14
78	2	4	2	2	2	2	2	2.29
79	2	4	2	2	3	2	3	2.57
80	3	5	3	3	3	2	3	3.14
81	2	4	2	2	2	2	2	2.29
82	2	4	2	2	3	2	3	2.57
83	3	4	3	3	3	3	3	3.14
84	2	4	2	2	2	2	2	2.29
85	3	4	3	2	2	2	4	2.86
86	3	5	3	3	3	3	3	3.29
87	2	4	2	2	2	2	2	2.29
88	3	3	3	3	2	1	3	2.57

89	2	4	2	2	2	2	2	2.29
90	2	4	2	2	2	2	2	2.29
91	3	4	3	2	2	2	4	2.86
92	3	5	3	3	3	3	3	3.29
93	2	4	2	2	2	2	2	2.29
94	3	3	3	3	2	1	3	2.57
95	2	4	2	2	2	2	2	2.29
96	3	4	3	3	3	3	3	3.14



**LAMPIRAN II
ANALISIS DESKRIPTIF**

Frequencies

Statistics

UMUR

N	Valid	96
	Missing	0

UMUR

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 25 tahun	27	28.1	28.1	28.1
26 - 35 tahun	39	40.6	40.6	68.8
> 35 tahun	30	31.3	31.3	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

GENDER

N	Valid	96
	Missing	0

GENDER

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid pria	50	52.1	52.1	52.1
wanita	46	47.9	47.9	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

PKERJAAN

N	Valid	96
	Missing	0

PKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS/TNI/POLRI	28	29.2	29.2	29.2
Pegawai swata wiraswasta	34	35.4	35.4	64.6
Total	96	100.0	100.0	100.0

Frequencies

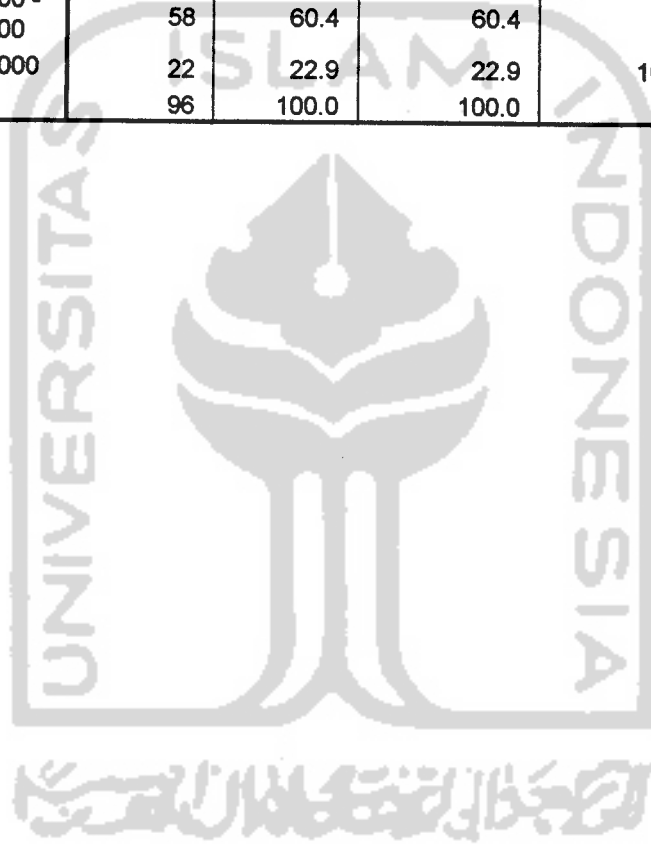
Statistics

INCOME

N	Valid	96
	Missing	0

INCOME

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 1.000.000	16	16.7	16.7	16.7
Rp 1.001.000 - Rp 2.000.000	58	60.4	60.4	77.1
> Rp2.000.000	22	22.9	22.9	100.0
Total	96	100.0	100.0	



LAMPIRAN III PENGUJIAN INSTRUMEN

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL HARAPAN

Reliability

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	29.3125	10.2382	3.1997	7

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HARGA	25.4271	8.0578	.3553	.7730
MODEL	25.0312	8.4306	.4047	.7585
BAHANBA	25.0625	6.6276	.7837	.6738
MESIN	24.8437	8.1543	.6395	.7257
SUKUCADA	24.9062	8.6964	.3423	.7687
PERAWATA	25.1979	7.1499	.7473	.6906
PURNAJU	25.4062	7.5490	.3487	.7885

Reliability Coefficients

N of Cases = 96.0

N of Items = 7

Alpha = .7707

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL KINERJA

Reliability

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	19.2917	9.4298	3.0708	7

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HARGA	16.7292	6.3890	.7536	.7718
MODEL	15.1667	8.8140	.1074	.8651
BAHANBA	16.6250	6.2158	.8449	.7552
MESIN	16.7604	6.7525	.7473	.7767
SUKUCADA	16.8854	7.5762	.5923	.8048
PERAWATA	17.0000	6.8421	.5794	.8043
PURNAJU	16.5833	7.2982	.4394	.8290

Reliability Coefficients

N of Cases = 96.0

N of Items = 7

Alpha = .8278

**LAMPIRAN IV
ANALISIS KUANTITATIF**

UJI WILCOXON

NPar Tests
Wilcoxon Signed Ranks Test **ATRIBUT HARGA**

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
VARIABEL KINERJA - VARIABEL HARAPAN	Negative Ranks	78 ^a	41.39	3228.50
	Positive Ranks	5 ^b	51.50	257.50
	Ties	13 ^c		
	Total	96		

- a. VARIABEL KINERJA < VARIABEL HARAPAN
- b. VARIABEL KINERJA > VARIABEL HARAPAN
- c. VARIABEL HARAPAN = VARIABEL KINERJA

Test Statistics^b

	VARIABEL KINERJA - VARIABEL HARAPAN
Z	-6.898 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

- a. Based on positive ranks.
- b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests
Wilcoxon Signed Ranks Test **ATRIBUT MODEL**

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
VARIABEL KINERJA - VARIABEL HARAPAN	Negative Ranks	23 ^a	16.00	368.00
	Positive Ranks	8 ^b	16.00	128.00
	Ties	65 ^c		
	Total	96		

- a. VARIABEL KINERJA < VARIABEL HARAPAN
- b. VARIABEL KINERJA > VARIABEL HARAPAN
- c. VARIABEL HARAPAN = VARIABEL KINERJA

Test Statistics^b

	VARIABEL KINERJA - VARIABEL HARAPAN
Z	-2.694 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.007

a. Based on positive ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

ATRIBUT BAHAN BAKAR

Ranks

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
VARIABEL KINERJA - Negative Ranks	78 ^a	48.60	3791.00
VARIABEL HARAPAN Positive Ranks	10 ^b	12.50	125.00
Ties	8 ^c		
Total	96		

a. VARIABEL KINERJA < VARIABEL HARAPAN

b. VARIABEL KINERJA > VARIABEL HARAPAN

c. VARIABEL HARAPAN = VARIABEL KINERJA

Test Statistics^b

	VARIABEL KINERJA - VARIABEL HARAPAN
Z	-7.778 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Based on positive ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests
Wilcoxon Signed Ranks Test

ATRIBUT KEHANDALAN

Ranks

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
VARIABEL KINERJA - Negative Ranks	91 ^a	46.00	4186.00
VARIABEL HARAPAN Positive Ranks	0 ^b	.00	.00
Ties	5 ^c		
Total	96		

- a. VARIABEL KINERJA < VARIABEL HARAPAN
- b. VARIABEL KINERJA > VARIABEL HARAPAN
- c. VARIABEL HARAPAN = VARIABEL KINERJA

Test Statistics^b

	VARIABEL KINERJA - VARIABEL HARAPAN
Z	-8.475 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

- a. Based on positive ranks.
- b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests
Wilcoxon Signed Ranks Test

ATRIBUT SUKU CADANG

Ranks

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
VARIABEL KINERJA - Negative Ranks	96 ^a	48.50	4656.00
VARIABEL HARAPAN Positive Ranks	0 ^b	.00	.00
Ties	0 ^c		
Total	96		

- a. VARIABEL KINERJA < VARIABEL HARAPAN
- b. VARIABEL KINERJA > VARIABEL HARAPAN
- c. VARIABEL HARAPAN = VARIABEL KINERJA

Test Statistics^b

	VARIABEL KINERJA - VARIABEL HARAPAN
Z	-8.846 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

- a. Based on positive ranks.
- b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests
Wilcoxon Signed Ranks Test

ATRIBUT PERAWATAN

Ranks

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
VARIABEL KINERJA - Negative Ranks	80 ^a	45.25	3620.00
VARIABEL HARAPAN Positive Ranks	5 ^b	7.00	35.00
Ties	11 ^c		
Total	96		

a. VARIABEL KINERJA < VARIABEL HARAPAN

b. VARIABEL KINERJA > VARIABEL HARAPAN

c. VARIABEL HARAPAN = VARIABEL KINERJA

Test Statistics^b

	VARIABEL KINERJA - VARIABEL HARAPAN
Z	-8.032 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Based on positive ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests
Wilcoxon Signed Ranks Test

ATRIBUT PURNA JUAL

Ranks

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
VARIABEL KINERJA - Negative Ranks	71 ^a	50.13	3559.00
VARIABEL HARAPAN Positive Ranks	19 ^b	28.21	536.00
Ties	6 ^c		
Total	96		

a. VARIABEL KINERJA < VARIABEL HARAPAN

b. VARIABEL KINERJA > VARIABEL HARAPAN

c. VARIABEL HARAPAN = VARIABEL KINERJA

Test Statistics^b

	VARIABEL KINERJA - VARIABEL HARAPAN
Z	-6.181 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Based on positive ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests
 Wilcoxon Signed Ranks Test

KESELURUHAN ATRIBUT

Ranks

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
VARIABEL KINERJA - Negative Ranks	86 ^a	48.50	4171.00
VARIABEL HARAPAN Positive Ranks	5 ^b	3.00	15.00
Ties	5 ^c		
Total	96		

a. VARIABEL KINERJA < VARIABEL HARAPAN

b. VARIABEL KINERJA > VARIABEL HARAPAN

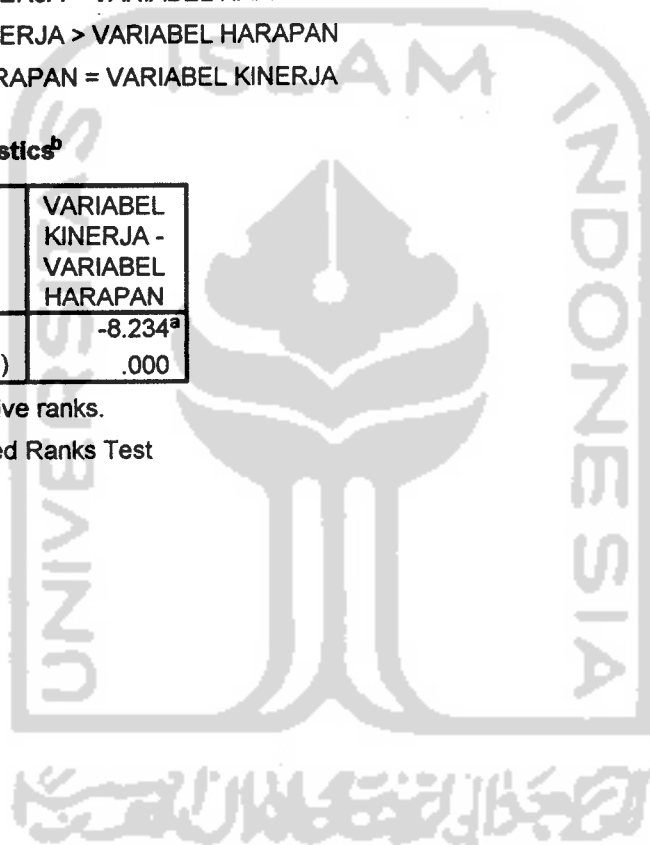
c. VARIABEL HARAPAN = VARIABEL KINERJA

Test Statistics^b

	VARIABEL KINERJA - VARIABEL HARAPAN
Z	-8.234 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Based on positive ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test



UJI KRUSKAL WALLIS

NPar Tests

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	umur	N	Mean Rank
HARGA	<25 tahun	27	51.89
	26-35 tahun	39	55.18
	>35 tahun	30	36.77
	Total	96	
MODEL	<25 tahun	27	51.09
	26-35 tahun	39	45.68
	>35 tahun	30	49.83
	Total	96	
HEMAT BAHAN BAKAR	<25 tahun	27	53.17
	26-35 tahun	39	55.14
	>35 tahun	30	35.67
	Total	96	
KEHANDALAN MESIN	<25 tahun	27	52.46
	26-35 tahun	39	54.68
	>35 tahun	30	36.90
	Total	96	
KEMUDAHAN SUKU CADANG	<25 tahun	27	53.89
	26-35 tahun	39	51.15
	>35 tahun	30	40.20
	Total	96	
PERAWATAN MURAH	<25 tahun	27	49.96
	26-35 tahun	39	49.82
	>35 tahun	30	45.47
	Total	96	
PURNA JUAL STABIL	<25 tahun	27	53.76
	26-35 tahun	39	55.03
	>35 tahun	30	35.28
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	HARGA	MODEL	HEMAT BAHAN BAKAR	KEHANDALAN MESIN	KEMUDAHAN SUKU CADANG	PERAWATAN MURAH	PURNA JUAL STABIL
Chi-Square	9.837	1.106	11.407	9.821	5.565	.672	11.790
df	2	2	2	2	2	2	2
Asymp. Sig.	.007	.575	.003	.007	.062	.715	.003

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: umur

NPar Tests
Kruskal-Wallis Test

Ranks

	jenis kelamin	N	Mean Rank
HARGA	pria	50	51.42
	wanita	46	45.33
	Total	96	
MODEL	pria	50	45.50
	wanita	46	51.76
	Total	96	
HEMAT BAHAN BAKAR	pria	50	50.54
	wanita	46	46.28
	Total	96	
KEHANDALAN MESIN	pria	50	50.54
	wanita	46	46.28
	Total	96	
KEMUDAHAN SUKU CADANG	pria	50	52.04
	wanita	46	44.65
	Total	96	
PERAWATAN MURAH	pria	50	55.07
	wanita	46	41.36
	Total	96	
PURNA JUAL STABIL	pria	50	50.58
	wanita	46	46.24
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	HARGA	MODEL	HEMAT BAHAN BAKAR	KEHANDALAN MESIN	KEMUDAHAN SUKU CADANG	PERAWATAN MURAH	PURNA JUAL STABIL
Chi-Square	1.416	1.906	.683	.717	2.328	7.536	.696
df	1	1	1	1	1	1	1
Asymp. Sig.	.234	.167	.408	.397	.127	.006	.404

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: jenis kelamin

NPar Tests
Kruskal-Wallis Test

Ranks

	pekerjaan	N	Mean Rank
HARGA	PNS/TNI/POLRI	28	45.50
	pegawai swasta	34	60.88
	wiraswasta	34	38.59
	Total	96	
MODEL	PNS/TNI/POLRI	28	42.93
	pegawai swasta	34	57.44
	wiraswasta	34	44.15
	Total	96	
HEMAT BAHAN BAKAR	PNS/TNI/POLRI	28	44.93
	pegawai swasta	34	59.62
	wiraswasta	34	40.32
	Total	96	
KEHANDALAN MESIN	PNS/TNI/POLRI	28	45.00
	pegawai swasta	34	59.66
	wiraswasta	34	40.22
	Total	96	
KEMUDAHAN SUKU CADANG	PNS/TNI/POLRI	28	46.14
	pegawai swasta	34	48.76
	wiraswasta	34	50.18
	Total	96	
PERAWATAN MURAH	PNS/TNI/POLRI	28	49.50
	pegawai swasta	34	50.10
	wiraswasta	34	46.07
	Total	96	
PURNA JUAL STABIL	PNS/TNI/POLRI	28	45.68
	pegawai swasta	34	51.09
	wiraswasta	34	48.24
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	HARGA	MODEL	HEMAT BAHAN BAKAR	KEHANDALAN MESIN	KEMUDAHAN SUKU CADANG	PERAWATAN MURAH	PURNA JUAL STABIL
Chi-Square	14.016	8.587	10.752	11.404	.451	.528	.698
df	2	2	2	2	2	2	2
Asymp. Sig.	.001	.014	.005	.003	.798	.768	.705

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pekerjaan

NPar Tests
Kruskal-Wallis Test

Ranks

	TINGKAT PENGHASILAN	N	Mean Rank
HARGA	< Rp 1.000.000	16	50.88
	Rp 1.001.000 - Rp 2.000.000	58	49.52
	> Rp 2.000.000	22	44.09
	Total	96	
MODEL	< Rp 1.000.000	16	33.00
	Rp 1.001.000 - Rp 2.000.000	58	50.50
	> Rp 2.000.000	22	54.50
	Total	96	
HEMAT BAHAN BAKAR	< Rp 1.000.000	16	53.44
	Rp 1.001.000 - Rp 2.000.000	58	49.03
	> Rp 2.000.000	22	43.50
	Total	96	
KEHANDALAN MESIN	< Rp 1.000.000	16	48.25
	Rp 1.001.000 - Rp 2.000.000	58	50.22
	> Rp 2.000.000	22	44.14
	Total	96	
KEMUDAHAN SUKU CADANG	< Rp 1.000.000	16	41.00
	Rp 1.001.000 - Rp 2.000.000	58	48.03
	> Rp 2.000.000	22	55.18
	Total	96	
PERAWATAN MURAH	< Rp 1.000.000	16	39.25
	Rp 1.001.000 - Rp 2.000.000	58	49.16
	> Rp 2.000.000	22	53.50
	Total	96	
PURNA JUAL STABIL	< Rp 1.000.000	16	55.53
	Rp 1.001.000 - Rp 2.000.000	58	46.03
	> Rp 2.000.000	22	49.91
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	HARGA	MODEL	HEMAT BAHAN BAKAR	KEHANDALAN MESIN	KEMUDAHAN SUKU CADANG	PERAWATAN MURAH	PURNA JUAL STABIL
Chi-Square	.920	9.878	1.505	.978	3.374	3.253	1.834
df	2	2	2	2	2	2	2
Asymp. Sig.	.631	.007	.471	.613	.185	.197	.400

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: TINGKAT PENGHASILAN