

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1. Pengujian Instrumen Penelitian

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

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

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

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

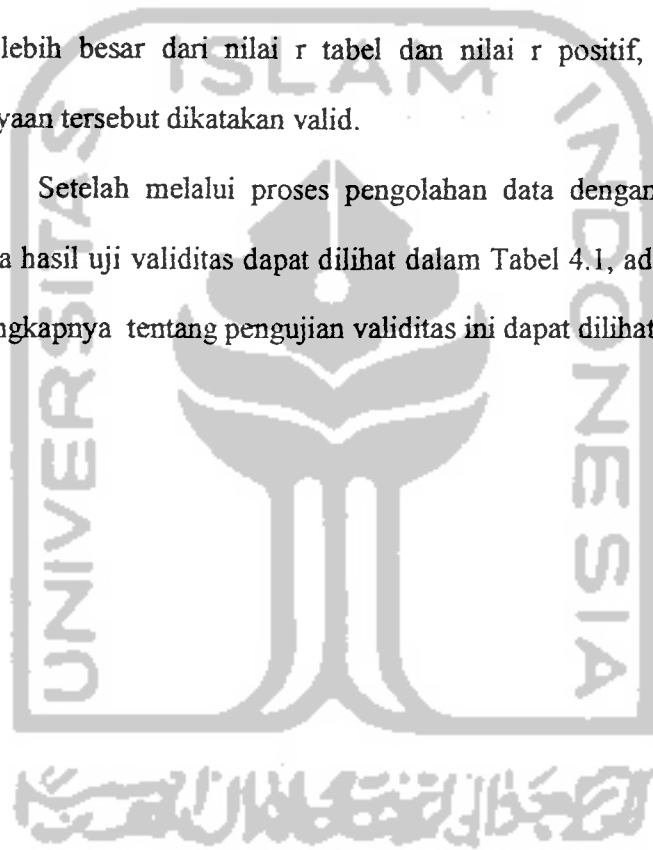
Dalam penelitian ini, cara yang ditempuh untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan angket yang berisi tentang butir-butir pertanyaan yang kemudian dibagikan kepada responden. Langkah awal sebelum melakukan penyebaran angket kepada seluruh responden adalah melakukan pengujian kualitas data dengan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas setiap daftar pertanyaan. Dalam melakukan pengujian kualitas data, angket di sebarakan kepada 105 orang responden. Hasil dari pengujian validitas dan reliabilitas instrumen pertanyaan tentang sikap konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Nouvo di Kota Yogyakarta dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Hasil Uji Validitas

Dalam pengujian ini koefisien korelasi kritis diperoleh dari tabel distribusi r dengan menggunakan derajat bebas $(N-2) = 105-2 = 103$ dan taraf signifikan sebesar 5 % diperoleh nilai r-tabel = 0,161

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

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



Tabel 4.1
Rangkuman hasil uji validitas instrumen pertanyaan
Sikap Konsumen Terhadap Sepeda Motor Nouvo

Variabel	Item	r xy	r tabel	Keterangan
Keyakinan (bi)	bi1	0.670	0.161	Valid
	bi2	0.570	0.161	Valid
	bi3	0.523	0.161	Valid
	bi4	0.491	0.161	Valid
	bi5	0.561	0.161	Valid
	bi6	0.548	0.161	Valid
	bi7	0.504	0.161	Valid
	bi8	0.451	0.161	Valid
	bi9	0.498	0.161	Valid
	bi10	0.510	0.161	Valid
Evaluasi (ei)	ei1	0.508	0.161	Valid
	ei2	0.506	0.161	Valid
	ei3	0.483	0.161	Valid
	ei4	0.401	0.161	Valid
	ei5	0.384	0.161	Valid
	ei6	0.545	0.161	Valid
	ei7	0.516	0.161	Valid
	ei8	0.520	0.161	Valid
	ei9	0.577	0.161	Valid
	ei10	0.518	0.161	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2005

Seperti telah dikemukakan diatas bahwa, bila koefisien korelasi lebih besar dari korelasi kritis ($r\text{-tabel} = 0,161$), maka butir instrumen dinyatakan valid. Dari hasil uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir dengan skor total diatas 0,161, sehingga semua butir instrumen pertanyaan keyakinan dan evaluasi dapat dinyatakan valid

b. Uji Keandalan Instrumen Penelitian (Reliability Test)

Dalam pengujian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Program SPSS memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0,60 (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
Keyakinan	0,7147	0,6	Reliabel (Handal)
Evaluasi	0,6594	0,6	Reliabel (Handal)

Sumber : Data primer diolah, 2005

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 penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2. Analisis Kualitatif

Analisis ini mengemukakan data-data konsumen seperti karakteristik konsumen yang meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan dan pekerjaan responden serta penilaian sikap konsumen terhadap atribut pada produk sepeda motor Yamaha Nouvo.

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisa dalam penelitian ini meliputi, jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan dan pekerjaan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

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

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	77	73,3%
Laki - laki	28	26,7%
Jumlah	105	100,0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 73,3% responden berjenis kelamin perempuan dan 26,7% responden berjenis kelamin laki - laki. Kenyataan ini menunjukkan bahwa konsumen yang menggunakan produk sepeda motor Yamaha Nouvo didominasi oleh perempuan . Hal ini disebabkan

karena sepeda motor Yamaha Nouvo mudah digunakan dan dirancang paling praktis bagi pengendara sepeda motor terutama kaum perempuan.

2. Usia

Usia seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan sikap konsumen karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga akan mempengaruhi persepsi dalam menentukan obyek. Tabel 4.4 menunjukkan usia responden.

Tabel 4.4

Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

USIA	JUMLAH	PERSENTASE
< 17 th	33	31.4%
17 - 24 th	44	41.9%
25 - 40 th	21	20.0%
> 40 th	7	6.7%
Total	105	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2005

Dari data diatas menunjukkan bahwa responden pengguna sepeda motor Yamaha Nouvo mayoritas berusia antara 17 - 24 tahun, yaitu sebesar 41,9 % (44 orang). Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia antara 25 - 40 tahun sebesar 20% (21 orang), kurang dari 17 tahun sebesar 31,4% (33 orang) dan terakhir berusia lebih dari 40 tahun sebesar 6.7% atau 7 orang.

Kenyataan menunjukkan bahwa konsumen adalah berusia muda. Hal ini berarti produk sepeda motor Yamaha Nouvo lebih disukai oleh konsumen muda, dimana responden ini merupakan konsumsi terbesar dalam penggunaan sepeda motor di Yogyakarta, mengingat sepeda motor merupakan alat

transportasi paling banyak digunakan oleh masyarakat Yogyakarta. Selain itu ditinjau dari penampilan sepeda motor ini memiliki keunggulan produk yaitu dengan menggunakan transmisi otomatis jenis CVT, harga terjangkau dan memiliki harga puna jual yang tinggi.

3. Pendapatan

Pendapatan seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan sikap konsumen dalam memilih produk sepeda motor. Responden yang berpendapatan rendah cenderung memilih sepeda motor yang harganya lebih terjangkau, sedangkan responden yang berpendapatan tinggi cenderung mementingkan kualitas dan harga sebagai alternatif kedua. Tabel 4.5 menunjukkan distribusi tingkat pendapatan responden.

Tabel 4.5

Klasifikasi Responden berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
< Rp.500.000	34	32,4%
Rp.501.000 - 1.000.000	44	41,9%
Rp. 1.001.000 - 2.000.000	17	16,2%
> Rp.2.000.000	10	9,5%
Total	105	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Dari tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa pendapatan per bulan responden mayoritas antara Rp. 501.000 – Rp.1.000.000 sebesar 41,9% (44 orang). Sedangkan distribusi pendapatan yang lain yaitu antara Rp.1.001.000 – 2.000.000 yaitu sebanyak 17 orang atau 16,2%, kurang dari Rp. 500.000,-

sebesar 32,4% (34 orang), dan responden berpendapatan diatas Rp.2.000.000 adalah sebesar 9,5% atau 10 orang.

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

4. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan faktor yang dapat menentukan sikap konsumen dalam memilih produk sepeda motor. Hal ini disebabkan karena jenis pekerjaan berhubungan tingkat pendapatan dan tingkat aktivitas responden sehingga akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor. Tabel 4.6 menunjukkan jenis pekerjaan responden.

Tabel 4.6

Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar / Mahasiswa	27	25,7%
Pegawai Negeri	13	12,4%
Wiraswasta	45	42,9%
TNI / POLRI	20	19,0%
Total	105	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Dari tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa pekerjaan responden mayoritas adalah Wiraswasta, yaitu sebesar 42,9% (45 orang). Sedangkan

distribusi pekerjaan responden yang lain yaitu TNI / POLRI sebesar 19% (20 orang), Pegawai Negeri sebesar 13 orang atau 12,4%, dan terakhir adalah responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa yaitu sebesar 25,7% (27 orang).

Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta memiliki pekerjaan wiraswasta, hal ini disebabkan konsumen ini telah mempunyai penghasilan tetap, sehingga tingkat kemampuan / daya beli terhadap produk sepeda motor Yamaha Nouvo Yamaha Nouvo lebih tinggi jika dibandingkan dengan responden yang mempunyai pekerjaan lain dan kebutuhan akan alat transportasi yang praktis serta mudah penggunaannya sangat diperlukan untuk menunjang aktivitasnya.

4.2.2. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal Harga purna jual, Kualitas, Desain, Suku cadang dan Praktis.

Berdasarkan data yang diperoleh dapat dibuat tabel yang menunjukkan hasil penyebaran kuesioner yang telah berhasil dikumpulkan. Berikut ini disajikan tabel mengenai penilaian konsumen terhadap atribut produk sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal Harga Purna Jual, Kualitas, Desain, Suku Cadang dan Praktis.

1. Penilaian Konsumen dalam hal Harga purna jual

Tabel 4.7

Sikap Konsumen Dalam Hal Harga Purna Jual

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Baik	6	5,7%
Tidak Baik	13	12,4%
Baik	45	42,9%
Sangat baik	41	39,0%
Jumlah	105	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2005

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui penilaian 105 responden terhadap atribut harga purna jual yaitu 6 orang atau 5,7 % menyatakan sangat tidak baik, 13 orang atau 12,4 % menyatakan tidak baik, 45 orang atau 42,9% menyatakan baik dan 41 orang atau 39% menyatakan sangat baik.

Hasil distribusi penilaian tersebut, responden telah memberikan penilaian yang baik terhadap atribut produk , hal ini disebabkan karena produk sepeda motor Yamaha Nouvo memiliki harga purna jual yang tinggi dan harga yang stabil. Dengan demikian menunjukkan bahwa keberadaan harga purna jual sepeda motor Yamaha Nouvo sudah diterima oleh masyarakat Yogyakarta

2. Penilaian Konsumen dalam hal Kualitas

Tabel 4.8

Penilaian Konsumen Dalam Hal Kualitas

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Baik	0	0,0%
Tidak Baik	6	5,7%
Baik	39	37,1%
Sangat baik	60	57,1%
Jumlah	105	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2005

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui penilaian 105 responden terhadap atribut kualitas yaitu tidak ada yang menjawab sangat tidak baik, 6 orang atau 5,7% menyatakan tidak baik, 39 orang atau 37,1% menyatakan baik, dan 60 orang atau 57,1% menyatakan sangat baik. Hasil distribusi penilaian tersebut, responden telah memberikan penilaian yang tinggi terhadap atribut kualitas, hal ini disebabkan karena kualitas motor Yamaha Nouvo baik dan bisa dipakai disegala medan. Kenyataan ini juga menunjukkan bahwa kualitas yang ditawarkan oleh perusahaan sudah dapat diterima masyarakat Yogyakarta.

3. Penilaian Konsumen dalam hal Desain

Tabel 4.9

Sikap Konsumen Dalam Hal Desain

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak baik	2	1,9%
Tidak baik	7	6,7%
Baik	49	46,7%
Sangat baik	47	44,8%
Jumlah	105	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2005

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat bahwa 1,9% konsumen menilai sangat tidak baik, 6,7% menyatakan tidak baik, 46,7% responden menyatakan baik. Sedangkan responden yang menyatakan sangat baik sebesar 44,8%. Hal ini menunjukkan bahwa desain sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta dapat diterima dan disetujui oleh konsumen, dikarenakan desain sepeda motor Yamaha Nouvo lebih menarik dan tidak ketinggalan zaman.

4. Sikap Konsumen dalam hal Suku cadang

Tabel 4.10

Sikap Konsumen Dalam Hal Suku Cadang

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	1,0%
Tidak Baik	1	1,0%
Baik	25	23,8%
Sangat baik	78	74,3%
Jumlah	105	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2005

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui penilaian 105 responden terhadap atribut suku cadang yaitu yang menjawab sangat tidak baik sebesar 1,0% atau 1 orang. Sedangkan yang menyatakan tidak baik sebesar 1,0% atau 1 orang, 25 orang atau 23,8% menyatakan baik, dan 78 orang atau 74,3% menyatakan sangat baik. Hasil distribusi penilaian tersebut, responden telah memberikan penilaian yang tinggi terhadap atribut suku cadang, hal ini disebabkan karena suku cadang sepeda motor Yamaha Nouvo mudah didapat dan bisa dijamin keasliannya.

5. Sikap Konsumen dalam hal Praktis

Tabel 4.11
Sikap Konsumen Dalam Hal Praktis

Penilaian	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Baik	4	3,8%
Tidak Baik	7	6,7%
Baik	31	29,5%
Sangat baik	63	60,0%
Jumlah	105	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2005

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui penilaian 105 responden terhadap atribut praktis yaitu yang menjawab sangat tidak baik sebesar 3,8% atau 4 orang. Sedangkan yang menyatakan tidak baik sebesar 6,7% atau 7 orang, 31 orang atau 29,5% menyatakan baik, dan 63 orang atau 60% menyatakan sangat baik. Hasil distribusi penilaian tersebut, responden telah memberikan penilaian yang tinggi terhadap atribut praktis,

hal ini disebabkan karena sepeda motor Yamaha Nouvo praktis dalam pengoperasian dan praktis dalam pengendalian.

4.3. Analisis Kuantitatif.

4.3.1. Analisis Fishbein

Analisa Fishbein merupakan model analisis multi atribut yang mengemukakan bahwa sikap responden terhadap obyek tertentu didasarkan pada tingkat kepercayaan bahwa obyek yang diteliti. Dari hasil analisis ini diharapkan dapat diketahui bagaimana peranan seorang manajer dalam pengambilan keputusan.

Sebelum mengukur sikap konsumen dalam pengambilan keputusan, terlebih dahulu dilakukan pengukuran tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut-atribut yang melekat pada sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta, dengan memberi bobot believe. Terdapat beberapa atribut yang menjadi bahan pertimbangan, atribut tersebut meliputi harga purna jual, kualitas, desain, suku cadang, dan praktis. Langkah-langkah yang ditempuh untuk analisa fishbein pada kasus sepeda motor Yamaha Nouvo sebagai berikut:

4.3.1.1. Menentukan Tingkat Evaluasi (ei) Terhadap Atribut-Atribut produk sepeda motor Yamaha Nouvo.

Untuk menentukan nilai evaluasi pada masing-masing atribut maka langkah yang ditempuh adalah menghitung jumlah jawaban responden atas pertanyaan evaluasi. Tabel berikut ditunjukkan jumlah jawaban berdasarkan pertanyaan keyakinan pada masing-masing atribut.

Tabel 4.12

Tabel Jumlah Jawaban Berdasarkan Evaluasi

Atribut	STB	TB	B	SB	Total
Harga Purna Jual	12	45	97	56	210
Kualitas	0	25	84	101	210
Desain	4	44	85	77	210
Suku Cadang	1	22	42	145	210
Praktis	4	24	95	87	210

Sumber : Data Primer yang diolah, 2005

Dari hasil jawaban konsumen seperti pada tabel 4.12 kemudian dikalikan dengan bobot atas jawaban tersebut, dengan ketentuan sebagai berikut:

STB = skor 1

TB = skor 2

B = skor 3

BB = skor 4

Sehingga diperoleh hasil perkalian atas jumlah jawaban dengan bobot skor, dan akhirnya dapat diketahui rata-rata Evaluasi (e_i) seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.13.

Hasil Perkalian Jumlah Jawaban dengan skor

Atribut	STB*1	TB*2	B*3	SB*4	Total
Harga Purna Jual	12	90	291	224	617
Kualitas	0	50	252	404	706
Desain	4	88	255	308	655
Suku Cadang	1	44	126	580	751
Praktis	4	48	285	348	685

Sumber : Data primer diolah , 2005

Untuk menentukan evaluasi (e_i) yang menunjukkan bobot dari suatu atribut maka dapat dilakukan dengan membagi total dari hasil perkalian dengan jumlah responden dan jumlah butir pertanyaan pada masing-masing atribut. Hasil ini dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.14
Rata-rata Skor ei

Atribut	Total	N	Item	ei
Harga Purna Jual	617	105	2	2.94
Kualitas	706	105	2	3.36
Desain	655	105	2	3.12
Suku Cadang	751	105	2	3.58
Praktis	685	105	2	3.26

Sumber : Data primer diolah , 2005

Dari hasil evaluasi konsumen didapatkan bahwa urutan pertama rata-rata responden lebih memilih pada atribut desain, selanjutnya diikuti pada urutan berikutnya adalah atribut praktis, suku cadang, kualitas dan harga purna jual.

b. Menentukan Keyakinan (bi)

Untuk menentukan nilai keyakinan ini langkah pertama adalah menghitung jumlah jawaban pada masing-masing atribut berdasarkan jawaban keyakinan. Hasil perhitungan tersebut dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.15
Jumlah jawaban berdasarkan Keyakinan

Atribut	STP	TP	P	SP	Total
Harga Purna Jual	3	25	87	95	210
Kualitas	5	63	112	30	210
Desain	0	11	22	177	210
Suku Cadang	5	45	116	44	210
Praktis	1	16	104	89	210

Sumber : Data primer diolah , 2005 (Lampiran 2)

Dari jumlah hasil jawaban atas masing-masing atribut selanjutnya dikalikan dengan skor masing-masing dengan ketentuan :

- STP (sangat tidak yakin) dikalikan bobot : 1
 TP (tidak yakin) dikalikan bobot : 2
 P (yakin) dikalikan bobot : 3
 SP (sangat yakin) dikalikan bobot : 4

Hasil perhitungan atas skor dengan jumlah jawaban tersebut dapat ditunjukkan dengan tabel berikut:

Tabel 4.16
 Hasil perkalian skor dengan Jawaban Keyakinan

Atribut	STP*1	TP*2	P*3	SP*4	Total
Harga Purna Jual	3	50	261	380	694
Kualitas	5	126	336	120	587
Desain	0	22	66	708	796
Suku Cadang	5	90	348	176	619
Praktis	1	32	312	356	701

Sumber : Data primer diolah , 2005

Untuk menentukan nilai keyakinan (bi) maka dapat dilakukan dengan membagi jumlah skor pada masing-masing atribut dengan jumlah responden dan jumlah butir pertanyaan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan tabel berikut:

Tabel 4.17
 Nilai Standard Rata-rata bi

Atribut	Total	N	Item	bi
Harga Purna Jual	694	105	2	3.30
Kualitas	587	105	2	2.80
Desain	796	105	2	3.79
Suku Cadang	619	105	2	2.95
Praktis	701	105	2	3.34

Sumber : Data primer diolah , 2005

Dari hasil perhitungan nilai keyakinan dapat diketahui bahwa atribut desain merupakan atribut yang diunggulkan oleh konsumen berdasarkan keyakinan konsumen. Selanjutnya atribut yang menempati urutan berikutnya praktis, harga purna jual, suku cadang dan kualitas.

c. Menentukan Indeks Sikap Konsumen (A_o)

Setelah dilakukan perhitungan nilai evaluasi (e_i) dan nilai keyakinan (b_i) maka dapat dihitung besarnya indeks sikap konsumen pada masing-masing atribut. Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan indeks sikap konsumen adalah :

$$A_o = \sum_{i=1}^n (b_i)(e_i)$$

Dengan rumus diatas maka dapat ditampilkan hasil perkalian antara evaluasi (e_i) dengan nilai keyakinan (b_i).

Tabel 4.18
Perhitungan Sikap Konsumen (A_o)

Atribut	b_i	e_i	A_o	Kategori
Harga Purna Jual	3.30	2.94	9.71	Baik
Kualitas	2.80	3.36	9.40	Baik
Desain	3.79	3.12	11.82	Baik
Suku Cadang	2.95	3.58	10.54	Baik
Praktis	3.34	3.26	10.89	Baik
Total			52.36	Baik

Sumber : Data primer diolah, 2005

Dari hasil perhitungan indeks sikap konsumen sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta dapat diketahui besarnya indeks konsumen (A_o) adalah sebesar 52,36. Untuk menginterpretasikan besarnya indeks sikap tersebut termasuk

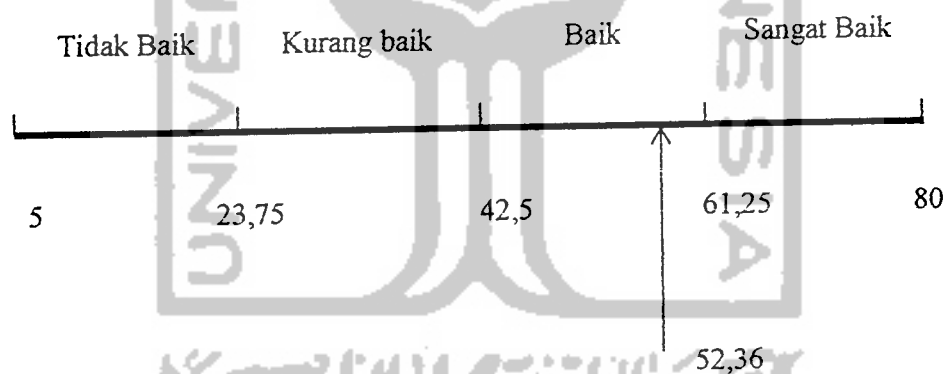
dalam kategori baik atau tidak baik maka dapat dilakukan perhitungan interval kelas berdasarkan skor maksimum dan minimum seperti pada tabel 4.18 berikut:

Tabel 4.19
Menentukan Interval Skala Sikap

Atribut	Skor Maksimum			Skor Minimum		
	Keyakinan	Evaluasi	Sikap	Keyakinan	Evaluasi	Sikap
Harga Purna Jual	4	4	16	1	1	1
Kualitas	4	4	16	1	1	1
Desain	4	4	16	1	1	1
Suku Cadang	4	4	16	1	1	1
Praktis	4	4	16	1	1	1
Total			80			5

Sumber : Data primer diolah, 2005

Dari tabel 4.17 diatas terlihat bahwa skor maksimum sebesar 80 dan skor minimum sebesar 5, dengan membagi menjadi 4 kelas interval maka dapat disusun interval kelas sebagai berikut:



Gambar 4.1 Interval Kelas Indeks Sikap (Basu Swastha dan Irawan, 983:115)

Berdasarkan gambar 4.1 diatas berarti sikap konsumen terhadap atribut sepeda motor Yamaha Nouvo adalah **Baik atau positif** dengan skor 52,36. Hal ini terlihat dari besarnya indeks sikap tersebut berada pada range antara 42,5 sampai 61,25. Sedangkan sikap konsumen tertinggi berada pada atribut desain dengan

indeks sikap 11,82 dan diikuti secara berurutan atribut praktis (10,89), atribut suku cadang (10,54), atribut purna jual (9,71) dan atribut kualitas (9,40).

Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa sikap konsumen adalah baik terhadap sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal harga purna jual, kualitas, desain, suku cadang dan desain adalah positif dapat diterima.

4.3.2 Analisis Chi-Square

Hasil perhitungan metode ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan sikap konsumen terhadap produk sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta berdasarkan karakteristik responden. Untuk melakukan analisis Chi Square ini digunakan alat bantu komputer dengan program pengolahan data SPSS (Statistic Program For Sosial Science) Versi 11.0

Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$X^2 = \frac{\sum (fo - fe)^2}{fe}$$

Keterangan :

X^2 : Chi Square

fo : Frekuensi hasil observasi

fe : Frekuensi hasil yang diharapkan atau di ekspektasi

Langkah-langkah pengujian analisis Chi Square adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis:

Ho : tidak ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Nouvo

Ha : Ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Nouvo

2. Mengumpulkan data dan mengolah data hasil kuesioner yang telah disebar dalam bentuk tabel sebagai frekuensi observasi (f_o).

3. Menghitung f_h atau frekuensi harapan $f_h = \frac{\sum \text{sebaris} \times \sum \text{sekolom}}{\sum \text{data}}$

4. Menghitung jumlah X^2 hitung dengan rumus :

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

5. Mencari besar X^2 tabel pada taraf signifikan 5% , $df = (b-1)(k-1)$

6. Menetapkan kriteria pengujian, yaitu :

Ho diterima jika X^2 hitung $\leq X^2$ tabel tidak ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Nouvo

Ho ditolak jika X^2 hitung $\geq X^2$ tabel yang berarti ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Nouvo

4.3.2.1 Perbedaan Sikap Konsumen pada Atribut Harga purna jual Berdasarkan Karakteristik Responden.

Dari hasil analisis data dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 11.0 diperoleh hasil analisis *Chi Square* pada atribut harga purna jual berdasarkan karakteristik responden seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.20

Hasil Uji Chi Square Pada Atribut Harga purna jual

Karakteristik	X ² Hitung	DF	X ² tabel	Keterangan
Jenis Kelamin	0.444	3	7.815	Ho diterima
Usia	41.716	9	16.919	Ho ditolak
Pendapatan	24.236	9	16.919	Ho ditolak
Pekerjaan	30.396	9	16.919	Ho ditolak

Sumber : Data primer diolah, 2005

Dari tabel 4.20 diatas dapat diketahui sikap konsumen pada atribut harga purna jual sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta berdasarkan jenis kelamin, usia, pendapatan, dan pekerjaan. Dengan berdasarkan perbandingan Chi Square Hitung (X²_{hitung}) dan Chi Square Tabel (X²_{tabel}) maka dapat diketahui perbedaan sikap konsumen pada atribut harga purna jual sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta.

1. Konsumen bersikap dalam hal harga purna jual berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.20 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 0,444 < X^2_{tabel} = 7,815$, maka Ho diterima berarti tidak ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal harga purna jual

berdasarkan jenis kelamin. Hasil ini berarti pria dan wanita telah memberikan sikap yang sama terhadap harga purna jual pada sepeda Motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena Yamaha Nouvo merupakan produk sepeda motor Yamaha yang tergolong baru, sehingga belum memiliki pengalaman dalam hal menjual kembali sepeda motor.

2. Konsumen bersikap dalam hal harga purna jual berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.20 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 41,716 > X^2_{tabel} = 16,919$, maka H_0 ditolak berarti ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal harga purna jual berdasarkan tingkat usia. Hasil ini berarti konsumen yang memiliki usia yang berbeda-beda telah memberikan sikap yang sama terhadap harga purna jual pada sepeda Motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta.

3. Konsumen bersikap dalam hal harga purna jual berdasarkan pendapatan

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.20 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 24,236 > X^2_{tabel} = 16,919$, maka H_0 ditolak berarti ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal harga purna jual berdasarkan pendapatan. Hasil ini berarti responden yang memiliki pendapatan berbeda memberikan sikap yang berbeda pula terhadap harga purna jual pada sepeda Motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta. Semakin rendah tingkat pendapatan responden sikap yang berikan terhadap harga purna jual juga semakin rendah, begitu juga sebaliknya konsumen yang berpendapatan tinggi telah memberikan sikap yang baik terhadap harga purna jual.

Dengan demikian tingkat pendapatan konsumen berpengaruh terhadap sikap konsumen pada sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal harga purna jual.

4. Konsumen bersikap dalam hal produk berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.18 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 30,396 > X^2_{tabel} = 16,919$, maka H_0 ditolak berarti ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal harga purna jual berdasarkan pekerjaan. Hasil ini berarti responden yang memiliki pekerjaan berbeda memberikan sikap yang berbeda pula terhadap harga purna jual pada sepeda Motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena konsumen yang memiliki profesi yang berbeda, maka tingkat kepentingan konsumen dalam menggunakan produk sepeda motor juga berbeda, ada yang dijadikan sepeda motor sebagai investasi, ada yang dijadikan sepeda motor sebagai transportasi untuk mempermudah aktivitasnya, dan motivasi motivasi-motivasi yang lain dalam menggunakan produk sepeda motor. Dengan demikian jenis pekerjaan konsumen berpengaruh terhadap sikap konsumen pada sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal harga purna jual.

4.3.2.2. Perbedaan Sikap Konsumen pada Atribut kualitas Berdasarkan Karakteristik Responden.

Dari hasil analisis data dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 11.0 diperoleh hasil analisis *Chi Square* pada atribut kualitas berdasarkan karakteristik responden seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.21

Hasil Uji Chi Square Pada Atribut kualitas

Karakteristik	X^2 Hitung	DF	X^2 tabel	Keterangan
Jenis Kelamin	3,186	2	5,991	Ho diterima
Usia	5,380	6	12,592	Ho diterima
Pendapatan	6,139	6	12,592	Ho diterima
Pekerjaan	8,651	6	12,592	Ho diterima

Sumber : Data primer diolah, 2005

Dari tabel 4.21 diatas dapat diketahui sikap konsumen pada atribut kualitas pada sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta berdasarkan jenis kelamin, usia, pendapatan dan pekerjaan. Dengan berdasarkan perbandingan Chi Square Hitung (X^2_{hitung}) dan Chi Square Tabel (X^2_{tabel}) maka dapat diketahui perbedaan sikap konsumen pada atribut kualitas sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta.

1. Konsumen bersikap dalam hal kualitas berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.21 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 3,186 < X^2_{tabel} = 5,991$, maka Ho diterima berarti tidak ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal kualitas berdasarkan jenis kelamin. Hal ini disebabkan karena kualitas sepeda motor diproduksi telah diakui baik bagi pria maupun wanita sebagai produk sepeda motor yang mempunyai kualitas baik dengan menggunakan system CVT yang menawarkan keunggulan dan kemudahan pengoperasian. Sehingga

kualitas sepeda motor Yamaha Nouvo yang ditawarkan ini telah dapat diterima oleh semua konsumen baik pria maupun wanita.

2. Konsumen bersikap dalam hal kualitas berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.21 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 5,380 < X^2_{tabel} = 12,592$, maka H_0 diterima berarti tidak ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal kualitas berdasarkan tingkat usia. Yamaha Nouvo merupakan produk yang telah diyakini orang selama puluhan tahun sebagai penghasil produksi sepeda motor yang mempunyai kualitas tinggi. Walaupun sepeda motor Yamaha Nouvo masih tergolong produk baru dari Yamaha, tetapi konsumen baik yang berusia muda maupun tua merasa yakin bahwa sepeda motor ini mempunyai kualitas yang baik, sehingga produk ini telah dapat diterima oleh semua konsumen dari berbagai usia.

3. Konsumen bersikap dalam hal kualitas berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.21 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 8,651 < X^2_{tabel} = 12,592$, maka H_0 diterima berarti tidak ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal kualitas berdasarkan pekerjaan. Hal ini disebabkan pelajar/mahasiswa sangat membutuhkan sarana transportasi yang berkualitas tinggi tetapi bahan bakarnya irit dalam melakukan kegiatan belajar mengajar, begitu juga untuk konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri maupun swasta, pensiunan dan lain-lain, tentu sangat membutuhkan sarana transportasi yang berkualitas tinggi dalam melakukan aktivitas sesuai dengan pekerjaannya masing-

masing. Produk Yamaha Nouvo telah mampu memberikan kepuasan bagi seluruh konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya dalam hal kualitas produk sesuai dengan jenis pekerjaannya masing-masing, sehingga kualitas sepeda motor ini dapat diterima oleh semua konsumen dari golongan pekerjaan atau pekerjaan tersebut diatas.

4. Konsumen bersikap dalam hal kualitas berdasarkan Tingkat Pendapatan

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.21 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 8,651 < X^2_{tabel} = 12,592$, maka H_0 diterima berarti tidak ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal kualitas berdasarkan tingkat pendapatan. Pembelian sepeda motor yang dilakukan oleh konsumen memperhitungkan terlebih dahulu pendapatan dan pengeluaran yang ada. Konsumen yang berpendapatan rendah cenderung akan memilih sepeda motor yang irit bahan bakarnya, serta operasionalnya murah dan mudah, sedangkan konsumen yang berpendapatan tinggi cenderung mementingkan kualitas produk. Sepeda motor Yamaha Nouvo telah mampu memberikan tawaran sebagai produk yang berkualitas tinggi dan pengoperasian yang mudah, sehingga mampu memberikan kepuasan bagi konsumen dalam pemenuhan kebutuhan dan kepentingannya. Jadi kualitas sepeda motor Yamaha Nouvo telah dapat diterima oleh keseluruhan konsumen baik yang berpendapatan rendah maupun berpendapatan tinggi.

4.3.2.3. Perbedaan Sikap Konsumen pada Atribut Desain Berdasarkan Karakteristik Responden.

Dari hasil analisis data dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 11.0 diperoleh hasil analisis *Chi Square* pada atribut desain berdasarkan karakteristik responden seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.22
Hasil Uji Chi Square Pada Atribut desain

Karakteristik	X^2 Hitung	DF	X^2 tabel	Keterangan
Jenis Kelamin	13,271	3	7,815	Ho ditolak
Usia	14,467	9	16,919	Ho diterima
Pendapatan	8,934	9	16,919	Ho diterima
Pekerjaan	13,740	9	16,919	Ho diterima

Sumber : Data primer diolah, 2005

Dari tabel 4.22 diatas dapat diketahui sikap konsumen pada atribut desain pada sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta berdasarkan jenis kelamin, usia, pendapatan dan pekerjaan. Dengan berdasarkan perbandingan Chi Square Hitung (X^2_{hitung}) dan Chi Square Tabel (X^2_{tabel}) maka dapat diketahui perbedaan sikap konsumen pada atribut desain sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta.

1. Konsumen bersikap dalam hal desain berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.22 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 13,271 > X^2_{tabel} = 7,815$, maka Ho ditolak berarti ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal desain berdasarkan jenis

kelamin. Hasil ini berarti antara pria dan wanita telah memberikan sikap yang berbeda terhadap desain pada sepeda Motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta. Wanita telah memberikan sikap yang lebih tinggi dibandingkan dengan kaum pria terhadap desain sepeda motor Nouvo. Hal ini disebabkan karena jenis sepeda motor ini merupakan produk yang memberikan alternatif bagi kaum wanita. Bahkan di beberapa iklan di media Yamaha Nouvo ini diperankan oleh model iklan yang seluruhnya wanita, sehingga seakan-akan sepeda motor ini lebih cocok untuk wanita. Dengan demikian jenis kelamin konsumen berpengaruh terhadap sikap konsumen pada sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal desain.

2. Konsumen bersikap dalam hal desain berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.22 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 14,467 < X^2_{tabel} = 16,919$, maka H_0 diterima berarti tidak ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal desain berdasarkan tingkat usia. Hasil ini berarti responden yang memiliki tingkatan usia berbeda memberikan sikap yang sama terhadap desain pada sepeda Motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena desain sepeda motor ini memang dirancang tidak hanya untuk kalangan muda, tetapi cocok juga digunakan untuk kalangan yang lebih tua. Dengan demikian usia konsumen tidak berpengaruh terhadap sikap konsumen pada sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal desain.

4. Konsumen bersikap dalam hal desain berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.22 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 8,934 < X^2_{tabel} = 16,919$, maka H_0 diterima berarti tidak ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal desain berdasarkan pekerjaan. Hasil ini berarti responden yang memiliki tingkatan pendapatan berbeda memberikan sikap yang sama terhadap desain pada sepeda Motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena untuk mendapatkan produk sepeda motor ini sangat mudah, tidak dapat membayar secara cash, konsumen juga dapat membayar secara kredit, sehingga tidak menyulitkan bagi konsumen yang pendapatannya pas-pasan dalam hal mendapatkan produk sepeda motor. Dengan demikian pendapatan konsumen tidak berpengaruh terhadap sikap konsumen pada sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal desain

5. Konsumen bersikap dalam hal desain berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.22 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 13,740 < X^2_{tabel} = 16,919$, maka H_0 diterima berarti tidak ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal desain berdasarkan pekerjaan. Hasil ini berarti responden yang memiliki jenis pekerjaan berbeda memberikan sikap yang sama terhadap desain pada sepeda Motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena desain sepeda motor ini cocok untuk kalangan mahasiswa, pegawai swasta, pegawai negeri maupun wiraswasta. Apalagi letak geografis kota Yogyakarta yang cenderung merupakan wilayah yang tidak berpegunungan, sehingga jalan-

jalan yang ada dikota Yogyakarta cenderung rata, sehingga sangat cocok untuk jenis kendaraan seperti Yamaha Nouvo. Dengan demikian jenis pekerjaan konsumen tidak berpengaruh terhadap sikap konsumen pada sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal desain

4.3.2.4. Perbedaan Sikap Konsumen pada Atribut Suku Cadang Berdasarkan Karakteristik Responden.

Dari hasil analisis data dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 11.0 diperoleh hasil analisis *Chi Square* pada atribut suku cadang berdasarkan karakteristik responden seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.23

Hasil Uji Chi Square Pada Atribut suku cadang

Karakteristik	X ² Hitung	DF	X ² tabel	Keterangan
Jenis Kelamin	3,207	3	7,815	Ho diterima
Usia	7,191	9	16,919	Ho diterima
Pendapatan	22,666	9	16,919	Ho ditolak
Pekerjaan	12,434	9	16,919	Ho diterima

Sumber : Data primer diolah, 2005

Dari tabel 4.23 diatas dapat diketahui sikap konsumen pada atribut suku cadang pada sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta berdasarkan jenis kelamin, usia, pendapatan dan pekerjaan. Dengan berdasarkan perbandingan Chi Square Hitung (X² hitung) dan Chi Square Tabel (X² tabel)

maka dapat diketahui perbedaan sikap konsumen pada atribut suku cadang sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta.

1. Konsumen bersikap dalam hal merek berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.23 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 3,207 < X^2_{tabel} = 7,815$, maka H_0 diterima berarti tidak ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal desain berdasarkan jenis kelamin. Dengan menggunakan sepeda motor Yamaha Nouvo baik konsumen pria maupun wanita telah merasa percaya diri dan merasa bahwa suku cadang sepeda motor ini mudah didapat dan dijamin keasliannya. Jadi desain sepeda motor Yamaha Nouvo dapat diterima oleh semua responden baik laki-laki maupun perempuan.

2. Konsumen bersikap dalam hal suku cadang berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.23 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 7,191 < X^2_{tabel} = 16,919$, maka H_0 diterima berarti tidak ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal suku cadang berdasarkan tingkat usia. Hasil ini berarti responden yang memiliki tingkatan usia berbeda memberikan sikap yang sama terhadap suku cadang pada sepeda Motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena tingkat pengetahuai konsumen baik yang berusia muda maupun tua, telah mengetahui bahwa dealer Yamaha telah tersebar di wilayah kota Yogyakarta, sehingga konsumen sangat mudah untuk mendapatkan suku cadangnya. Dengan demikian usia konsumen tidak berpengaruh terhadap

sikap konsumen pada sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal suku cadang.

4. Konsumen bersikap dalam hal merek berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.23 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 22,666 > X^2_{tabel} = 16,919$, maka H_0 ditolak berarti ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal suku cadang berdasarkan pendapatan. Hasil ini berarti responden yang memiliki tingkatan pendapatan berbeda memberikan sikap yang berbeda pula terhadap suku cadang pada sepeda Motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena jenis pekerjaan akan mempengaruhi frekuensi penggunaan sepeda motor, sehingga konsumen yang memiliki frekuensi tinggi tentu kecenderungan sepeda motor ini akan lebih cepat dalam penggantian suku cadang karena telah rusak, aus dan lain sebagainya. Dengan demikian pendapatan konsumen berpengaruh terhadap sikap konsumen pada sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal suku cadang.

4. Konsumen bersikap dalam hal merek berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.23 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 12,434 < X^2_{tabel} = 16,919$, maka H_0 diterima berarti tidak ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal suku cadang berdasarkan pekerjaan. Hasil ini berarti responden yang memiliki tingkatan pekerjaan berbeda memberikan sikap yang sama terhadap suku cadang pada sepeda Motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena selain

mudahnya mendapatkan suku cadang, sepeda motor ini termasuk sepeda motor yang “bandel” sehingga tidak cepat rusak, atau mengganti suku cadang. Dengan demikian pekerjaan konsumen tidak berpengaruh terhadap sikap konsumen pada sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal suku cadang.

4.3.2.5. Perbedaan Sikap Konsumen pada Atribut praktis Berdasarkan Karakteristik Responden.

Dari hasil analisis data dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 11.0 diperoleh hasil analisis *Chi Square* pada Atribut praktis berdasarkan karakteristik responden seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.24

Hasil Uji Chi Square Pada Atribut praktis

Karakteristik	X ² Hitung	DF	X ² tabel	Keterangan
Jenis Kelamin	13,897	3	7,815	Ho ditolak
Usia	13,250	9	16,919	Ho diterima
Pendapatan	18,684	9	16,919	Ho ditolak
Pekerjaan	19,697	9	16,919	Ho ditolak

Sumber : Data primer diolah, 2005

Dari tabel 4.24 diatas dapat diketahui sikap konsumen pada atribut praktis pada sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta berdasarkan jenis kelamin, usia, pendapatan dan pekerjaan. Dengan berdasarkan perbandingan

Chi Square Hitung (X^2_{hitung}) dan Chi Square Tabel (X^2_{tabel}) maka dapat diketahui perbedaan sikap konsumen pada atribut praktis sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta.

1. Konsumen bersikap dalam hal praktis berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.24 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 13,8 > X^2_{tabel} = 7,815$, maka H_0 diterima berarti tidak ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal praktis berdasarkan jenis kelamin. Hasil ini berarti antara pria dan wanita telah memberikan sikap yang berbeda terhadap kepraktisan sepeda Motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena wanita jauh merasa lebih cocok dan praktis ketika menggunakan produk sepeda motor ini dibandingkan dengan kaum pria. Dengan demikian jenis kelamin konsumen berpengaruh terhadap sikap konsumen pada sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal praktis.

2. Konsumen bersikap dalam hal praktis berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.24 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 13,250 < X^2_{tabel} = 16,919$, maka H_0 diterima berarti tidak ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal praktis berdasarkan tingkat usia. Hasil ini berarti konsumen yang memiliki usia yang berbeda telah memberikan sikap yang sama terhadap kepraktisan sepeda Motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena baik responden yang berusia muda maupun yang berusia tua, sudah merasa cocok dengan

performa sepeda motor Yamaha Nouvo dimana sepeda motor ini sangat praktis. Dengan demikian jenis kelamin konsumen berpengaruh terhadap sikap konsumen pada sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal praktis

3. Konsumen bersikap dalam hal praktis berdasarkan pendapatan

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.22 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 18,684 > X^2_{tabel} = 16,919$, maka H_0 ditolak berarti ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal praktis berdasarkan pekerjaan. Hasil ini berarti konsumen yang berpendapatan berbeda telah memberikan sikap yang berbeda terhadap kepraktisan sepeda Motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena tingkat pendapatan seseorang merupakan bentuk kemampuan seseorang dalam hal membeli produk termasuk produk sepeda motor Nouvo. Semakin tinggi tingkat pendapatan konsumen maka semakin besar kemampuan belinya, sehingga akan memilih produk-produk yang memiliki keunggulan dan kelebihan dibandingkan dengan produk lain. Dengan demikian tingkat pendapatan konsumen berpengaruh terhadap sikap konsumen pada sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal praktis

4. Konsumen bersikap dalam hal praktis berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 4.24 dikemukakan bahwa $X^2_{hitung} = 19,697 > X^2_{tabel} = 16,919$, maka H_0 ditolak berarti ada perbedaan sikap yang signifikan dalam hal praktis berdasarkan pekerjaan. Konsumen yang mempunyai pekerjaan dengan mobilitas tinggi akan lebih memilih sepeda motor yang mudah pengoperasiannya dan mudah

pengendaliannya, sehingga akan mempermudah aktivitasnya dan menghemat waktu. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa jenis pekerjaan konsumen berpengaruh terhadap sikap pada sepeda motor Yamaha Nouvo dalam hal praktis.

4.4. Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil analisis sikap konsumen terhadap sepeda motor Nouvo menunjukkan bahwa konsumen telah memberikan sikap yang baik / positif terhadap atribut-atribut sepeda motor Yamaha Nouvo yang terdiri dari harga puna jual, kualitas, desain, suku cadang dan praktis. Sedangkan atribut desain merupakan atribut yang paling diunggulkan oleh konsumen dalam memilih produk sepeda motor Nouvo. Untuk itu pihak manajemen harus selalu memprioritaskan pengembangan produk sepeda motor Nouvo ini dengan desain yang semakin menarik seperti striping, modelnya yang sproty, sehingga semakin disukai oleh kalangan usia muda sebagai target segmen pasar sepeda motor Yamaha Nouvo ini.

Namun secara keseluruhan produk yang ini harus ditingkatkan mengingat masih terdapat perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik responden. Produk yang baik adalah produk yang mempunyai desain yang menarik, harga terjangkau dan promosi yang baik. Selain itu produk sepeda motor tersebut harus menyediakan suku cadang yang mudah didapat oleh konsumen serta memiliki nilai jual kembali yang tinggi. Atribut desain merupakan atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen sepeda

motor. Hal ini disebabkan karena sebagian besar konsumen sepeda motor Nouvo adalah kalangan muda, maka desain yang sportif, dengan warna yang menarik mampu memberikan gaya tersendiri bagi pemakainya. Sehingga pemakai akan merasa bangga ketika menggunakan produk sepeda motor ini, tidak hanya berfungsi sebagai alat transportasi saja namun mampu meningkatkan prestise bagi pemakainya.

Begitu juga dengan harga yang terlalu tinggi akan dapat menyebabkan konsumen tidak dapat menjangkau produk tersebut tetapi harga yang terlalu rendah dapat menyebabkan tidak seimbangkan penjualan dengan biaya yang dikeluarkan. Untuk itu perusahaan harus dapat menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk misalnya dengan memproduksi produk yang bervariasi dengan harga yang bervariasi juga.

Mengingat harga BBM yang semakin meningkat, bahkan pada awal tahun 2005 harga BBM meningkat menjadi Rp.2500 / liter untuk jenis bensin, maka keiritan bahan bakar sepeda motor sangat dipertimbangkan oleh konsumen. Konsumen mulai meninggalkan produk sepeda motor yang dirasa terlalu boros karena biaya operasi dalam menggunakan produk sepeda motor ini cukup besar. Untuk itu pihak produsen sepeda motor sebaiknya memproduksi sepeda motor yang irit bahan bakar tetapi kemampuan daya motornya tetap tangguh.

Banyaknya dealer sepeda motor di suatu daerah akan sangat membantu bagi konsumen dalam mendapatkan suku cadang sepeda motor. Hal ini disebabkan karena sepeda motor membutuhkan perawatan berkala

sehingga kebutuhan service sebagai bentuk perawatan sepeda motor sangat tinggi. Untuk itu pihak produsen sepeda motor harus memperluas pemasarannya dengan memperbanyak dealer-dealer sepeda motor yang berada di Kabupaten Sleman, sehingga konsumen tidak merasa kesulitan dalam memperoleh suku cadang sepeda motor.

Langkah yang sangat perlu dilakukan oleh produsen sepeda motor Yamaha Nouvo adalah melakukan promosi terhadap produk-produk sepeda motor. Hal ini penting agar konsumen akan memperoleh informasi yang sejelas-jelasnya tentang produk sepeda motor baru, keunggulan produk dibandingkan dengan produk lain, informasi harga, dan informasi cara mendapatkan produk tersebut baik dengan cara cash maupun kredit.

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