

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan

Yamaha Indonesia Motor Manufacturing adalah sebuah perusahaan kendaraan roda dua yang berasal dari Jepang.¹ Yamaha Indonesia berdiri pada 06 Juli 1974 dan hingga kini telah memproduksi lebih dari 30 jenis kendaraan roda dua dengan jumlah penjualan kedua terbanyak setelah Honda yang kemudian diikuti oleh Suzuki pada urutan ketiga. Perusahaan Yamaha berasal dari nama pendirinya yaitu ‘*Yamaha Tarakusu*’ pada tahun 1887. Nama pertama perusahaan ini pertama kali yaitu Yamaha corp (*Nippon Gakki*).

Yamaha pertama kali di kenal sebagai perusahaan pembuat alat music dan organ, tak berselang beberapa waktu Yamaha sangat di kenal di mata dunia sebagai perusahaan terbesar pembuat alat music di dunia. Pada 1 Juni 1955 berdiri lah *Yamaha Motor Corp* yang ebeda dengan *Yamaha corp* tetapi masih dalam satu grup. Motor produksi pertamanya adalah *single cylinder 2 stroke* 125cc. Motor 125cc

¹ Yamaha Official, *Yamaha Revs Your Heart*, <https://www.yamaha-motor.co.id/>, Diakses tanggal 11 April 2019, Pukul 22.12 WIB.

tersebut dikenal sebagai YA1 alias Atakombo (dikenal juga sebagai *Red Dragon Fly*).

Motor ini lumayan sukses dan produksi berikutnya menggunakan *engine* 175cc. Produksi motor berikutnya adalah twin cylinder YDI di tahun 1957, sanggup mengeluarkan power 20 bHP dan memenangkan *race Mount Asama* di Jepang.² Produksinya sekitar 15.811 bikez dan jumlah ini masih dibawah Honda ataupun Suzuki. Selanjutnya Yamaha berkembang dengan cukup pesat dan ditahun 1959 keluarlaah motor sport pertamanya yang dikenal sebagai YDSI dengan 5 *speed gearbox*. Tahun 1960, produksinya meningkat 6 kali lipat menjadi 138 ribu motor.

Setelah berakhirnya Perang Korea perekonomian Amerika Serikat begitu booming dan ini mendorong ekspor Jepang khususnya motor ke Amerika Serikat. Tahun 1962 ekspor yamaha ke US sebanyak 12 ribu motor. Kemudian tahun 1962 sudah mencapai 12 ribu unit. Demikian pula untuk tahun 1963, kurang lebih sebanyak 36 ribu unit. Dan puncaknya ditahun 1964, ekspornya mencapai 87 ribu unit. Tahun 1963, Yamaha bikin motor 250cc, *twin cylinder* dan *air cooled*. Sejak saat itu, yamaha lumayan dikenal di seantero Jepang. Tahun 1965, produksi Yamaha sudah mencapai 244 ribu unit dan peruntukannya

² Manufakturindo, PT. Yamaha Indonesia Motor MFG, <https://manufakturindo.com/company/detail/pt-yamaha-indonesia-motor-mfg.html>, Diakses tanggal 11 April 2019, Pukul 21.56 WIB.

50:50 dimana sebagian untuk ekspor sedangkan sebagian lainnya konsumsi dalam negeri.

Gambar 4.1
Logo Yamaha



Sumber: <https://www.yamaha-motor.co.id/>

2. Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi perusahaan ialah sebagai, berikut:

Visi

1. Menjadi perusahaan distributor motor, produk dan jasa pendukungnya yang memiliki jaringan pemasaran terbesar di Indonesia.
2. Menjadi perusahaan yang Terpercaya, meliputi sumber daya manusia yang handal, Sistem pengelolaan keuangan yang solid, dan Infrastruktur yang tepat guna.

Misi

1. Melakukan terobosan dan analisa untuk pengembangan bisnis dengan membentuk jaringan-jaringan (penjualan, perawatan, dan suku cadang) baru di seluruh Indonesia.
 2. Memastikan terjadinya pertumbuhan penjualan dan pangsa pasar di setiap wilayah operasional.
 3. Melakukan strategi bisnis perusahaan yang didukung oleh strategi kebijakan yang optimal.
 4. Mengembangkan dan menempatkan karyawan sesuai dengan tuntutan kompetensi jabatan sehingga karyawan memiliki kapasitas serta dapat menjalankan tugas-tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.
 5. Menerapkan Standar Operasional yang tepat guna, sebagai landasan kerja untuk menghasilkan kinerja yang optimal.
 6. Mengembangkan sistem infrastruktur, informasi teknologi serta sumber daya fisik yang tepat guna dan terintegrasi dengan departemen terkait, sesuai standar yang berlaku. Melakukan audit internal kontrol secara periodik dan objektif.
3. Layanan Yamaha Motor

Layanan Yamaha motor adalah layanan kepada konsumen dalam hal memberikan tips – tips tentang perawatan akan suatu kendaraan, kelebihan – kelebihan dari suatu otor Yamaha. Motor Yamaha didesain oleh tenaga – tenaga ahli dibidangnya yang berasal dari

Jepang yang akan mendukung pelayanan terhadap konsumen, dan semakin dekatnya Yamaha motor dengan konsumen.

4. Perkembangan Perusahaan Yamaha Motor

Yamaha berhasil menancapkan bendera sebagai pembuat motor 2 yang terbaik terutama Model YDS 250cc tahun 1960 dan YR1 350cc. Pada tahun 1970 dilanjutkan membuat YR 5, nah motor ini lah yang terkenal ringan dan relatif terjangkau harganya dibanding motor-motor dikelasnya saat itu. Tahun 1969an, sebenarnya Yamaha mulai mencoba membuat mesin 4 langkah (4 Tak) dengan model XS 1 650cc yang sangat sukses di Inggris dan model ini memasuki pasar Amerika pada tahun 1980an dan juga sukses di Amerika.

Kesuksesan Yamaha didunia sepeda motor mendominasi pasar motor dunia setelah Yamaha mengeluarkan FZR 750 dan FZR 1000 yang terkenal sangat sukses di tahun 1980an. Motor inilah motor Jepang yang melakukan improvement spektakuler, karena mengaplikasi up side down pada fork depan, sasis yang sangat stabil, dan *exhaust system*. Trend motor sport touring pada tahun 1984 an Yamaha mengeluarkan FJ 1100 dan dilanjutkan FJ 1200 pada tahun 1986an. Model ini populer sampai tahun 1990an. Kesuksesan demi kesuksesan Yamaha terus berlanjut, Sampai tahun 1996 lahirlah YZF-

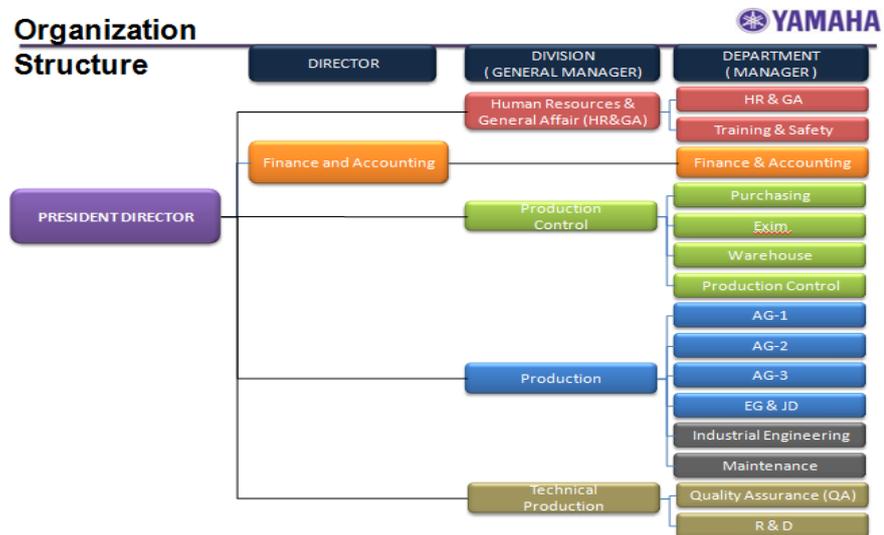
R6 dan YZF-R1 (1000cc). Motor ini terkenal dengan design nya yang cantik, *handling* juga sip, lalu power yang luar biasa dan akhirnya tahun 2001 diluncurkan YZS 1000 dan ini adalah versi *Road Bike*. Sebenarnya model ini masih sama menggunakan *enginenya* R1.

5. Struktur Organisasi Perusahaan

Suatu organisasi, dalam hal ini perusahaan dalam melaksanakan kinerjanya tentu membutuhkan seperangkat alat kerja untuk mendukung kinerja kesehariannya. Alat tersebut adalah struktur organisasi. Struktur organisasi dibutuhkan untuk mensinergikan antara satu bidang dengan bidang lainnya, mengkoordinasikan antara satu karyawan dengan karyawan lainnya, sehingga tidak terjadi tumpang tindih wewenang dan tanggung jawab dan juga untuk menghindari kesalahan dalam pengambilan keputusan. Perusahaan Yamaha motor ini menggunakan struktur yang dianggap relevan dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Struktur organisasi perusahaan Yamaha motor ini ialah sebagai berikut:

Gambar 4.2

Struktur Organisasi Perusahaan Yamaha



Sumber: <https://www.yamaha-motor.co.id/>

6. Produk yang Ditawarkan

Setelah merambah didunia otomotif banyak produk-produk yang diproduksi oleh perusahaan Yamaha. Produk-produk ini diciptakan guna menunjang kebutuhan masyarakat di pasaran, yakni dengan cara menawarkan berbagai pilihan produk. Adapun produk-produk tersebut meliputi:

1. YAMAHA V-IXION
2. JUPITER Z
3. JUPITER MX
4. VEGA R
5. YAMAHA MIO

6. YAMAHA MIO SOUL
 7. YAMAHA N MAX
 8. RX-KING
 9. VEGA R
 10. YDS
 11. YR1 350
 12. YZF-R6
 13. YZF-R1
 14. FJ 1100
 15. FZR650
 16. FZR1000
 17. Dan lain-lain.
7. Target Pemasaran

Target utama PT. Yamaha Motor adalah masyarakat kelas menengah, meskipun di bidang perseroan tetap memproduksi berbagai merek untuk beragam kelas ekonomi dan usia, baik itu wanita maupun pria. PT.Yamaha Motor menjajaki penjualan produknya ke negara-negara asia, maupun eropa seperti Eropa, Amerika, Australia, Jepang, Korea, Indonesia, Malaysia. Dan pada saat ini pasar ekspor produk motor dari Yamaha adalah ke Malaysia, Jepang, Eropa , Amerika, Hongkong, Korea, Australia, Brazil, Thailand dan negara-negara lainnya.

8. Strategi dalam Menghadapi Persaingan

Yamaha Motor merencanakan untuk memperkenalkan teknologi orisinal terkini ke dalam produksi sepeda motor di negara-negara Asia, termasuk Indonesia, sebagai bagian dari usaha strategi promosi yang dispesifikasikan pada NEXT-50 atau masa pertengahan dalam perencanaan manajemen Yamaha. Dengan mempercepat program pengembangan teknologi yang dibutuhkan untuk bisnis, Yamaha akan menjadi lebih kompetitif. Yamaha dalam hal ini fokus pada kualitas performa berkendara, setia dalam mendesain, dan berwawasan lingkungan. Untuk mencapainya, Yamaha menekankan pada teknologi aluminium dan Fuel Injection.

Saat ini, *Chief Engineer* Yamaha Motor CO, memperkenalkan 5 terobosan teknologi untuk negara asia, yakni *DiASIL Cylinder*, *CF Aluminium die-cat part*, *Fuel Injection*, *precision forged piston*, dan *liquid cooled four stroke engine*. Pada JMS 2004, Yamaha Motor memamerkan sepeda motor Infineon-Z, sebuah motor konsep yang mengandung teknologi di atas, motor itu mengintegrasikan desain eksklusif Yamaha dan fungsi dengan visi terobosan lingkungan.

Perusahaan ini ingin menjadikan sepeda motor berevolusi sebagaimana yang terjadi pada Nouvo dan Mio, yakni kendaraan komuter bertransmisi otomatis. Dengan Infineon-Z, Yamaha ingin meningkatkan nilai brand dan memberikan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing

(YIMM) memiliki 30 tahun sejarah di Indonesia. Saat ini perusahaan itu memosisikan untuk berkembang lebih jauh lagi.”Penjualan unit diproyeksikan akan mencapai 870.000 unit pada tahun 2004. dengan mengeluarkan model-model baru yang memiliki fitur teknologi terbaru.

9. Sepeda Motor Yamaha N MAX

Yamaha N MAX adalah model skuter matik (skutik) yang dibuat oleh Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM), anak perusahaan Yamaha Motor Company di Indonesia.³ Skuter ini diluncurkan secara resmi pada bulan Februari 2015 di Sirkuit Sentul, Bogor, sebagai sebuah model global yang akan berbasis produksi di Indonesia dan akan diekspor ke mancanegara. N MAX diperkenalkan sebagai anggota terbaru dari seri MAX, yang merupakan jajaran *maksi-skuter sporty* dari Yamaha. Model yang populer dari seri MAX yang cukup populer di Eropa dan Amerika antara lain TMAX dan XMAX. Yamaha N Max, salah satu dari lima motor terlaris di Indonesia sepanjang 2017.

Menurut data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), penjualan mencapai 104.600 unit pada semester 1 tahun ini. Penjualan N Max tergolong fantastis, karena satu-satunya skuter dengan harga di atas Rp. 25 juta, yang bisa menempati posisi motor terlaris. Sementara

³ Baghendra Lodra, *Sejarah Yamaha N Max di Indonesia*, <https://www.oto.com/berita-motor/sejarah-yamaha-nmax-di-indonesia-2118632>, Diakses tanggal 11 April 2019, Pukul 22.38 WIB.

empat motor lain yang menjadi saingan penjualannya, berada di kelas *entry level* dengan harga di bawah Rp. 20 juta. Sebut saja Honda Beat, Vario, Scoopy dan saudaranya sendiri, Yamaha Mio M3. Penetrasi Yamaha N Max di pasar tanah air, diapresiasi banyak pihak, sampai-sampai meraih penghargaan *Motorcycle of the Year 2015* dari Forum Wartawan Otomotif (Forwot). Penghargaan diberikan setelah N Max berhasil menyisihkan 40 motor lain dengan memperoleh poin tertinggi 184 poin.

Setelah meluncur lebih dari dua tahun, Yamaha memberikan penyegaran pada NMax untuk semakin memikat konsumen. Salah satunya ialah melalui perubahan dan penambahan desain serta fitur-fitur yang melengkapi untuk lebih memuaskan konsumen dengan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Gambar 4.3

Model Body Yamaha N MAX



Sumber: <https://www.yamaha-motor.co.id/>

B. Gambaran Umum Responden

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran umum mengenai konsumen sepeda motor Yamaha N Max berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
Perempuan	88	46,3 %
Laki-Laki	102	53,7 %
Jumlah	190	100 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwasanya mayoritas responden didominasi oleh responden dengan jenis kelamin laki-laki yakni sebesar 53,7 % dan perempuan sebesar 46,3 %. Dan diketahui jumlah responden perempuan sebanyak 88 orang dan laki-laki sebanyak 102 orang. Hal ini berarti bahwa laki-laki menunjukkan sebagai pemakai sepeda motor Yamaha N Max lebih banyak dibandingkan perempuan.

2. Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang usia dari responden yang dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2**Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase %
18 – 20 tahun	18	9 %
21 – 25 tahun	46	24 %
26 – 30 tahun	52	27 %
31 – 40 tahun	50	26 %
41 – 45 tahun	24	14 %
Jumlah	190	100 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menggunakan sepeda motor Yamaha N Max adalah pemakai yang berusia 26 - 30 tahun.

3. Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4.3**Responden Berdasarkan Penghasilan**

Penghasilan	Jumlah	Persentase %
< Rp. 1000.000	45	24 %
Rp. 1000.000 – Rp. 2000.000	70	37 %
> Rp. 2000.000	75	39 %
Jumlah	190	100 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 didapatkan informasi bahwa mayoritas responden memiliki penghasilan > Rp. 2000.000 yaitu sebanyak 75 responden atau 39 %. Data tersebut menjelaskan bahwa responden

kebanyakan memiliki penghasilan lebih dari Rp. 2000.000 per bulannya.

4. Responden berdasarkan profesi

Tabel 4.4

Responden Berdasarkan Profesi

Profesi	Jumlah	Persentase %
Pelajar/Mahasiswa	55	29 %
Pegawai Swasta/Negeri	80	42 %
Wiraswasta	55	29 %
Jumlah	190	100 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa yang menjadikan sebagai responden sebanyak 55 atau 29 % responden. Kemudian pegawai swasta/negeri yang menjadikan responden sebanyak 80 atau 42 % responden. Sedangkan berprofesi sebagai wiraswasta yang menjadikan sebagai responden sebanyak 55 atau 29 % responden. Dari data diatas menunjukkan yang paling banyak menggunakan sepeda motor Yamaha N Max ialah responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta/negeri yakni sebesar 42 % atau sebanyak 80 orang.

C. Deskripsi Data

1. Deskripsi Variabel Citra Merek (X_1)

a. Indikator Keuntungan dan Keunggulan dari Asosiasi Merek ($X_{1.1}$)

Tabel 4.5

Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{1.1.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Produk sepeda motor Yamaha N Max tersedia banyak pilihan sesuai kebutuhan dan keinginan	88	99	3	-	-
Persentase	46,3 %	52,1 %	1,6 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwasannya responden yang memilih jawaban SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 88 responden atau 46,3 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 99 responden atau 52,1% dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 3 responden. Maka mayoritas responden cenderung setuju bahwa sepeda motor Yamaha N Max tersedia banyak pilihan dan keinginan.

Tabel 4.6**Hasil Kuesioner Pernyataan (X_{1.1.2})**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Produk sepeda motor Yamaha N Max mudah didapatkan dan senantiasa update produk terbaru dan mempublikasikannya	125	59	3	-	-
Persentase	65,8 %	31,1 %	3,2 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 125 responden atau 65,8 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 59 responden atau 31,1 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 36 responden atau 3,2 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung sangat setuju bahwa produk sepeda motor Yamaha N Max mudah didapatkan dan senantiasa update produk terbaru dan mempublikasikannya.

b. Indikator Kekuatan dari Asosiasi Merek ($X_{1.2}$)**Tabel 4.7****Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{1.2.1}$)**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Produk sepeda motor Yamaha N Max memiliki inovasi desain yang modern	125	62	3	-	-
Persentase	65,8 %	32,6 %	1,6 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 125 responden atau 65,8 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 62 responden atau 32,6 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 3 responden atau 1,6 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung sangat setuju bahwa produk sepeda motor Yamaha N Max memiliki inovasi desain yang modern.

Tabel 4.8**Hasil Kuesioner Pernyataan (X_{1.2.2})**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Kualitas bahan yang digunakan untuk produk sepeda motor Yamaha N Max adalah bahan yang bagus dan memperhatikan kenyamanan	48	116	26	-	-
Persentase	25,3 %	61,1 %	13,7 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 48 responden atau 25,3 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 116 responden atau 61,1 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 26 responden atau 13,7 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa kualitas bahan yang digunakan untuk produk sepeda motor Yamaha N Max adalah bahan yang bagus dan memperhatikan kenyamanan.

c. Indikator Keunikan dari Asosiasi Merek ($X_{1.3}$)**Tabel 4.9****Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{1.3.1}$)**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Produk sepeda motor Yamaha N Max memiliki fitur desain yang unik yang membedakan dari produk merek yang lain	31	133	26	-	-
Persentase	16,3 %	70 %	13,7 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 31 responden atau 16,3 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 133 responden atau 70 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 26 responden atau 13,7 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa produk sepeda motor Yamaha N Max memiliki fitur desain yang unik yang membedakan dari produk merek yang lain.

Tabel 4.10**Hasil Kuesioner Pernyataan (X_{1.3.2})**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Merek sepeda motor Yamaha N Max mudah diingat dan diucapkan	56	110	24	-	-
Persentase	29,5 %	57,9 %	12,6 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 56 responden atau 29,5 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 110 responden atau 57,9 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 24 responden atau 12,6 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa merek sepeda motor Yamaha N Max mudah diingat dan diucapkan.

2. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_2)a. Indikator *Performance* / Kinerja ($X_{2.1}$)**Tabel 4.11****Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{2.1.1}$)**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Anda merasakan sepeda motor Yamaha N Max memberikan kenyamanan berkendara secara maksimal	45	105	37	3	-
Persentase	23,7 %	55,3 %	19,5 %	1,6 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 45 responden atau 23,7 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 55 responden atau 55,3 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 37 responden atau 19,5 %, dan yang memilih jawaban TS (Tidak Setuju) nilai skor (2) sebanyak 3 responden atau 1,6 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa sepeda motor Yamaha N Max memberikan kenyamanan berkendara secara maksimal.

Tabel 4.12**Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{2.1.2}$)**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Sepeda motor Yamaha N Max irit bensin	43	90	49	8	-
Persentase	22,6 %	47,4 %	25,8 %	4,2 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 43 responden atau 22,6 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 90 responden atau 47,4 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 49 responden atau 25,8 %, dan yang menjawab TS (Tidak Setuju) dengan skor (2) sebanyak 8 orang atau 4,2 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa sepeda motor Yamaha N Max irit bensin.

b. Indikator *Features* / Keistimewaan tambahan ($X_{2,2}$)

Tabel 4.13

Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{2,2.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Sepeda motor Yamaha N Max memiliki body yang menarik perhatian	13	90	49	36	2
Persentase	6,8 %	47,4 %	25,8 %	18,9 %	1,1 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 13 responden atau 6,8 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 90 responden atau 47,4 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 49 responden atau 25,8 %, dan yang menjawab TS (Tidak Setuju) dengan skor (2) sebanyak 36 orang atau 18,9 %, dan yang menjawab STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor (1) ialah sebanyak 2 responden atau 1,1 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa sepeda motor Yamaha N Max memiliki body yang menarik perhatian.

c. Indikator *Realibility* / Keandalan ($X_{2,3}$)

Tabel 4.14

Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{2,3,1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Sepeda motor Yamaha N Max memiliki mesin yang handal	21	69	69	31	-
Persentase	11,1 %	36,3 %	36,3 %	16,3 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 21 responden atau 11,1 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 69 responden atau 36,3 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 69 responden atau 36,3 %, dan yang menjawab TS (Tidak Setuju) dengan skor (2) sebanyak 31 orang atau 16,3 %. Disini jawaban S (Setuju) mendapatkan hasil imbang dengan jawaban KS (Kurang Setuju). Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bersifat netral dengan memilih kurang setuju bahwa sepeda motor Yamaha N Max memiliki mesin yang handal.

d. Indikator *Service Ability* ($X_{2,4}$)

Tabel 4.15

Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{2,4,1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Sepeda motor Yamaha N Max mudah dalam perawatan	35	95	52	8	-
Persentase	18,4 %	50 %	27,4 %	4,2 %	0 %

Sumber: Data Primer yang dioalah, 2019

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 35 responden atau 18,4 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 95 responden atau 50 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 52 responden atau 27,4 %, dan yang menjawab TS (Tidak Setuju) dengan skor (2) sebanyak 8 orang atau 4,2 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa sepeda motor Yamaha N Max mudah dalam perawatan.

e. Indikator *Konformans* ($X_{2.5}$)

Tabel 4.16

Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{2.5.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Sepeda motor Yamaha N Max sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan	37	60	43	42	8
Persentase	19,5 %	31,6 %	22,6 %	22,1 %	4,2 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 37 responden atau 19,5 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 60 responden atau 31,6 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 43 responden atau 22,6 %, dan yang menjawab TS (Tidak Setuju) dengan skor (2) sebanyak 42 orang atau 22,1 %, dan responden yang menjawab STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor (1) ialah sebanyak 8 responden atau 4,2 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa sepeda motor Yamaha N Max sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan.

f. Indikator *Durability* / Daya Tahan ($X_{2,6}$)

Tabel 4.17

Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{2,6.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Sepeda motor Yamaha N Max memiliki umur ekonomis yang lama	38	81	36	29	6
Persentase	20 %	42,6 %	18,9 %	15,3 %	3,2 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 36 responden atau 20 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 81 responden atau 42,6 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 36 responden atau 18,9 %, dan yang menjawab TS (Tidak Setuju) dengan skor (2) sebanyak 29 orang atau 15,3 %, dan responden yang menjawab STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor (1) ialah sebanyak 6 responden atau 3,2 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa sepeda motor Yamaha N Max memiliki umur ekonomis yang lama.

g. Indikator Estetika ($X_{2,7}$)**Tabel 4.18****Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{2,7.1}$)**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Sepeda motor Yamaha N Max memiliki reputasi berkualitas tinggi	29	76	43	23	19
Persentase	15,3 %	40 %	22 %	12,1 %	10 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 29 responden atau 15,3 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 76 responden atau 40 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 43 responden atau 22 %, dan yang menjawab TS (Tidak Setuju) dengan skor (2) sebanyak 23 orang atau 12,1 %, dan responden yang menjawab STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor (1) ialah sebanyak 19 responden atau 10 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa sepeda motor Yamaha N Max memiliki reputasi berkualitas tinggi.

h. Indikator Kualitas yang dirasakan ($X_{2.8}$)

Tabel 4.19

Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{2.8.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Sparepart sepeda Yamaha N Max diberikan garansi	11	98	56	21	4
Persentase	5,8 %	51,6 %	29,5 %	11,1 %	2,1 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 11 responden atau 5,8 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 98 responden atau 51,6 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 56 responden atau 29,5 %, dan yang menjawab TS (Tidak Setuju) dengan skor (2) sebanyak 21 orang atau 11,1 %, dan responden yang menjawab STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor (1) ialah sebanyak 4 responden atau 21,1 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa sparepart sepeda Yamaha N Max diberikan garansi.

3. Deskripsi Variabel Harga (X_3)
 - a. Indikator Keterjangkauan Harga ($X_{3.1}$)

Tabel 4.20

Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{3.1.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Harga sepeda motor Yamaha N Max dapat dijangkau oleh ekonomi masyarakat Tulungagung	62	116	12	-	-
Persentase	32,6 %	61,1 %	6,3 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.20 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 62 responden atau 32,6 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 116 responden atau 61,1 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 12 responden atau 6,3 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa harga sepeda motor Yamaha N Max dapat dijangkau oleh ekonomi masyarakat Tulungagung.

b. Indikator Daya Saing Harga ($X_{3,2}$)

Tabel 4.21

Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{3,2,1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Harga sepeda motor Yamaha N Max mampu bersaing dengan perusahaan motor lainnya	86	95	9	-	-
Persentase	45,3 %	50 %	4,7 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang dialah, 2019

Berdasarkan tabel 4.21 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 86 responden atau 45,3 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 95 responden atau 50 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 9 responden atau 4,7 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa harga sepeda motor Yamaha N Max mampu bersaing dengan perusahaan motor lainnya.

c. Indikator Kesesuaian Harga dan Manfaat ($X_{3.3}$)

Tabel 4.22

Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{3.3.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Anda merasa puas dengan harga sepeda motor Yamaha N Max yang sesuai dengan kualitas mesin dan kualitas pelayanan yang diberikan	44	89	54	3	-
Persentase	23,2 %	46,8 %	28,4 %	1,6 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.22 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 44 responden atau 23,2 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 89 responden atau 46,8 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 54 responden atau 28,4 %, dan yang menjawab TS (Tidak Setuju) dengan skor nilai (2) ialah sebanyak 2 responden atau 1,6 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa harga sepeda motor Yamaha N Max yang sesuai dengan kualitas mesin dan kualitas pelayanan yang diberikan.

Tabel 4.23**Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{3.3.2}$)**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Harga sepeda motor Yamaha N Max sesuai dengan kebutuhan aktivitas transportasi sehari-hari	72	91	23	4	-
Persentase	37,9 %	47,9 %	12,1 %	2,1 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.23 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 72 responden atau 37,9 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 91 responden atau 47,9 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 23 responden atau 12,1 %, dan yang menjawab TS (Tidak Setuju) dengan skor nilai (2) ialah sebanyak 4 responden atau 2,1 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa harga sepeda motor Yamaha N Max yang sesuai dengan kebutuhan aktivitas transportasi sehari-hari.

4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)
 - a. Indikator Pengenalan Kebutuhan (Y.₁)

Tabel 4.24

Hasil Kuesioner Pernyataan (Y._{1.1})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Anda membeli sepeda motor Yamaha N Max karena kebutuhan	36	138	16	-	-
Persentase	18,9 %	72,6 %	8,4 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.24 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 36 responden atau 18,9 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 138 responden atau 72,6 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 16 responden atau 8,4 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa membeli sepeda motor Yamaha N Max karena kebutuhan.

Tabel 4.25**Hasil Kuesioner Pernyataan (Y.1.2)**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Anda membeli sepeda motor Yamaha N Max karena melihat teman/rekan/keluarga/ artis menggunakannya	84	99	7	-	-
Persentase	44,2 %	52,1 %	3,7 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang dioalah, 2019

Berdasarkan tabel 4.25 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 84 responden atau 44,2 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 99 responden atau 52,1 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 7 responden atau 3,7 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa membeli sepeda motor Yamaha N Max karena melihat teman/rekan/keluarga/ artis menggunakannya.

b. Indikator Pencarian Informasi (Y.2)

Tabel 4.26

Hasil Kuesioner Pernyataan (Y.2.1)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Anda membeli sepeda motor Yamaha N Max karena membaca brosur dan melihat banner/spanduk Yamaha	24	86	76	4	-
Persentase	12,6 %	45,3 %	40 %	2,1 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.26 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 24 responden atau 12,6 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 86 responden atau 45,3 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 76 responden atau 40 %, dan yang memilih jawaban TS (Tidak Setuju) dengan skor nilai (2) ialah sebanyak 4 responden atau 2,1 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa membeli sepeda motor Yamaha N Max karena membaca brosur dan melihat banner/spanduk Yamaha.

Tabel 4.27**Hasil Kuesioner Pernyataan (Y.2.2)**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Anda mencari informasi sepeda motor Yamaha N Max melalui web/facebook/instagram/teman/rekan	70	97	20	3	-
Persentase	36,8 %	51,1 %	10,5 %	1,6 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.27 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 70 responden atau 36,8 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 97 responden atau 51,1 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 20 responden atau 10,5 %, dan yang memilih jawaban TS (Tidak Setuju) dengan skor nilai (2) ialah sebanyak 3 responden atau 1,6 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa responden mencari informasi sepeda motor Yamaha N Max melalui web/facebook/ instagram/teman/rekan.

c. Indikator Evaluasi Alternatif (Y₃)**Tabel 4.28****Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{3.1})**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Anda memilih sepeda motor Yamaha N Max karena mempunyai berbagai pilihan model yang menarik	112	72	6	-	-
Persentase	58,9 %	37,9 %	3,2 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer data yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.28 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 112 responden atau 58,9 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 72 responden atau 37,9 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 6 responden atau 3,2 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung sangat setuju bahwa responden memilih sepeda motor Yamaha N Max karena mempunyai berbagai pilihan model yang menarik.

Tabel 4.29**Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{3.2})**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Anda membeli sepeda motor Yamaha N Max karena sesuai dengan kepribadian	91	89	10	-	-
Persentase	47,9 %	46,8 %	5,3 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.29 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 91 responden atau 47,9 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 89 responden atau 46,8 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 10 responden atau 5,3 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung sangat setuju bahwa responden membeli sepeda motor Yamaha N Max karena sesuai dengan kepribadian.

d. Indikator Keputusan Pembelian (Y.4)

Tabel 4.30**Hasil Kuesioner Pernyataan (Y.4.1)**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Anda membeli sepeda motor Yamaha N Max karena harganya sesuai dengan model dan kualitas	90	93	7	-	-
Persentase	47,4 %	48,9 %	3,7 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.30 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 90 responden atau 47,4 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 93 responden atau 48,9 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 7 responden atau 3,7 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa responden membeli sepeda motor Yamaha N Max karena harganya sesuai dengan model dan kualitas.

Tabel 4.31**Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{4.2})**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Anda membeli sepeda motor Yamaha N Max karena memiliki model yang trendi	70	87	29	4	-
Persentase	36,8 %	45,8 %	15,3 %	2,1 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.31 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 70 responden atau 36,8 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 87 responden atau 45,8 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 29 responden atau 15,3 %, dan responden yang memilih jawaban TS (Tidak Setuju) dengan skor nilai (2) ialah sebanyak 4 responden atau 2,1 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung setuju bahwa responden membeli sepeda motor Yamaha N Max karena memiliki model yang trendi.

Tabel 4.32**Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{4.3})**

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Anda membeli sepeda motor Yamaha N Max karena memiliki desain body motor yang unik	111	76	3	-	-
Persentase	58,4 %	40%	1,6 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.32 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 111 responden atau 58,4 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 76 responden atau 40 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 3 responden atau 1,6 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung sangat setuju bahwa responden membeli sepeda motor Yamaha N Max karena memiliki desain body motor yang unik.

e. Indikator Pasca Pembelian (Y.5)

Tabel 4.33

Hasil Kuesioner Pernyataan (Y.5.1)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Anda membeli sepeda motor Yamaha N Max karena kualitasnya sesuai dengan yang diharapkan	125	59	6	-	-
Persentase	65,8 %	31,1 %	3,2 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.33 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 125 responden atau 65,8 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 59 responden atau 31,1 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 6 responden atau 3,2 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung sangat setuju bahwa responden membeli sepeda motor Yamaha N Max karena kualitasnya sesuai dengan yang diharapkan.

Tabel 4.34

Hasil Kuesioner Pernyataan (Y_{5.2})

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Anda berbelanja di dieler Yamaha karena tempatnya nyaman dan pelayanannya ramah	125	62	3	-	-
Persentase	65,8 %	32,6 %	1,6 %	0 %	0 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.34 menunjukkan bahwasanya responden yang menjawab SS (Sangat Setuju) dengan nilai skor (5) sebanyak 125 responden atau 65,8 %, responden yang menjawab pernyataan S (Setuju) dengan nilai skor (4) sebanyak 62 responden atau 32,6 % dan yang memilih KS (Kurang Setuju) dengan nilai skor (3) sebanyak 3 responden atau 1,6 %. Artinya, kebanyakan responden cenderung sangat sangat setuju bahwa responden berbelanja di dieler Yamaha karena tempatnya nyaman dan pelayanannya ramah.

D. Pengujian Hipotesis

1. Uji Keabsahan Data
 - a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Nilai validitas masing-masing pertanyaan atau pernyataan dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-*

Total Correlation. Selanjutnya nilai tersebut dibandingkan dengan *r tabel product moment*. Jika nilai koefisiennya positif dan lebih besar daripada *r tabel product moment*, maka item tersebut dinyatakan valid. Selain itu Sugiyono dan Wibowo menyatakan bahwa bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 190 responden. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya *r tabel* adalah 0,138 ($df = n - 2 = 190 - 2 = 188$) dengan taraf signifikansi (α) yaitu sebesar 5%. Berdasarkan jendela *Corrected Item-Total Correlation* untuk masing-masing butir kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 4.35

Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
Citra Merek (<i>Brand Image</i>) (X_1)	X _{1.1.1}	0,454	0,138	Valid
	X _{1.1.2}	0,456	0,138	Valid
	X _{1.2.1}	0,452	0,138	Valid
	X _{1.2.2}	0,487	0,138	Valid
	X _{1.3.1}	0,441	0,138	Valid

	X _{1.3.2}	0,529	0,138	Valid
Kualitas Produk (X ₂)	X _{2.1.1}	0,241	0,138	Valid
	X _{2.1.2}	0,620	0,138	Valid
	X _{2.2.1}	0,574	0,138	Valid
	X _{2.3.1}	0,592	0,138	Valid
	X _{2.4.1}	0,682	0,138	Valid
	X _{2.5.1}	0,771	0,138	Valid
	X _{2.6.1}	0,733	0,138	Valid
	X _{2.7.1}	0,656	0,138	Valid
	X _{2.8.1}	0,449	0,138	Valid
Harga (X ₃)	X _{3.1.1}	0,356	0,138	Valid
	X _{3.2.2}	0,562	0,138	Valid
	X _{3.3.1}	0,476	0,138	Valid
	X _{3.3.2}	0,492	0,138	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y _{1.1.1}	0,335	0,138	Valid
	Y _{1.1.2}	0,556	0,138	Valid
	Y _{1.2.1}	0,480	0,138	Valid
	Y _{1.2.2}	0,483	0,138	Valid
	Y _{1.3.1}	0,283	0,138	Valid
	Y _{1.3.2}	0,459	0,138	Valid
	Y _{1.4.1}	0,636	0,138	Valid
	Y _{1.4.2}	0,370	0,138	Valid

	Y _{1.4.3}	0,242	0,138	Valid
	Y _{1.5.1}	0,280	0,138	Valid
	Y _{1.5.2}	0,312	0,138	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.35 diatas, seluruh item mulai dari X_{1.1.1} sampai Y_{1.5.2} adalah valid. Hal ini terbukti dengan nilai *Correted Item-Total Correlation* lebih besar dibanding *r tabel product moment* yaitu 0,138. Selain itu dikatakan valid karena nilai *Correted Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,3. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas atau benar secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen atau indikator yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. Uji reliabilitas ini menggunakan metode *Alpha Cronbach's* dan diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's*. Skala dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai *alpha Cronbach* 0,00 – 0,20 berarti kurang *reliable*
- b. Nilai *alpha Cronbach* 0,21 – 0,40 berarti agak *reliable*

- c. Nilai *alpha Cronbach* 0,41 – 0,60 berarti cukup *reliable*
- d. Nilai *alpha Cronbach* 0,61 – 0,80 berarti *reliable*
- e. Nilai *alpha Cronbach* 0,81 – 1,00 berarti sangat *reliable*

Tabel 4.36

Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Nilai Alpha	Jumlah Pertanyaan Kuesioner	Keterangan
Citra Merek (<i>Brand Image</i>) (X ₁)	0,734	6	Reliabel
Kualitas Produk (X ₂)	0,862	9	Sangat Reliabel
Harga (X ₃)	0,682	4	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,754	11	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.36 *Reliability Statistics* di atas, nilai *Cronbach's Alpha* variabel citra merek (X₁) sebesar 0,734 yang berarti dimensi faktor citra merek (*Brand Image*) (X₁) adalah

reliable. Nilai *Cronbach's Alpha* kualitas produk (X_2) sebesar 0,862 yang berarti dimensi faktor kualitas produk (X_2) adalah reliable. Karena angka *Cronbach's Alpha* 0,862 maka untuk faktor kualitas produk (X_2) berarti sangat reliable. Nilai *Cronbach's Alpha* harga (X_3) sebesar 0,682 yang berarti dimensi faktor harga (X_3) adalah reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* keputusan pembelian (Y) sebesar 0,754 yang berarti dimensi faktor keputusan pembelian (Y) adalah reliable.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas data menggunakan pendekatan Kolmogrov-Smirnov. Untuk pengambilan keputusan dengan pedoman sebagai berikut :

1. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai Sig. atau signifikansi $> 0,05$
2. Data dikatakan berdistribusi tidak normal jika nilai Sig. atau signifikansi $< 0,05$

Tabel 4.37
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		190
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82398835
Most Extreme Differences	Absolute	.037
	Positive	.030
	Negative	-.037
Kolmogorov-Smirnov Z		.505
Asymp. Sig. (2-tailed)		.961
a. Test distribution is Normal.		
Sumber: Data Primer yang diolah, 2019		

Berdasarkan tabel 4.37 *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* Sig. (2-tailed) sebesar 0,961 yang artinya nilai Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data yang ada berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas muncul akibat adanya kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model, untuk mendeteksi adanya

multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari uji multikolinieritas. Hasil dari pengujian terdapat pada gambar dibawah ini :

Tabel 4.38
Hasil Uji Multikonieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.985	1.016
X2	.148	6.738
X3	.149	6.703

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.38 diatas, diketahui bahwa nilai *tolerance* dari (X_1) Citra Merek (*Brand Image*) adalah sebesar 0,985 dan nilai VIF sebesar 1,016, (X_2) Kualitas Produk memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,148 dan nilai VIF sebesar 6,738 dan (X_3)

harga memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,149 dan nilai VIF sebesar 6,703. Dengan demikian ketiga variabel diatas terbebas dari masalah multikolinearitas dikarenakan nilai *tolerance* masing-masing variabel lebih dari 0,100 dan nilai VIF pada ketiga variabel tersebut kurang dari 10.

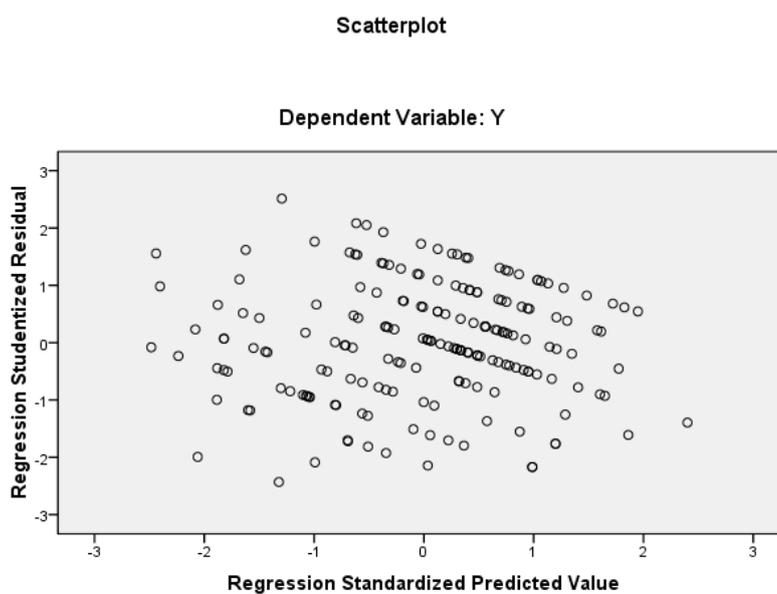
c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika :

1. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
2. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah.

Hasil dari pengujian heterokedastisitas dapat diamati pada gambar *Scatterplot* berikut :

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan gambar 4.4 diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas dikarenakan titik-titik data tidak berpola dan menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil pengujian pengaruh variabel independen (citra merek, kualitas produk, kepuasan konsumen) terhadap variabel dependen (volume penjualan). Hasil uji regresi linier berganda sebagai berikut :

Tabel 4.39
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	
(Constant)	10.247	2.084	.000
X1	.397	.061	.000
X2	.291	.077	.000
X3	.301	.064	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.35 di atas, maka dapat dikembangkan sebuah persamaan regresi :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 10,247 + (0,397)X_1 + (0,291) X_2 + (0,301)X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

Keterangan:

- a. Konstanta = 10,247

Nilai konstanta sebesar 10,247 menyatakan jika variabel citra merek (*Brand Image*), kualitas produk dan harga dalam keadaan tetap atau konstan maka nilai keputusan pembelian sebesar 10,247.

- b. Koefisien regresi citra merek (*Brand Image*) (X_1) = 0,397

Setiap penambahan satu satuan pada citra merek (*Brand Image*) (X_1), maka akan menaikkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,397. Sebaliknya jika terjadi penurunan satu satuan pada citra merek (*Brand Image*) (X_1), maka akan menurunkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,397 dengan asumsi nilai variabel lain tetap.

- c. Koefisien regresi kualitas produk (X_2) = 0,291

Setiap penambahan satu satuan pada kualitas produk (X_2), maka akan menaikkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,291. Sebaliknya jika terjadi penurunan satu satuan pada kualitas produk (X_2), maka akan menurunkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,291 dengan asumsi nilai variabel lain tetap.

- d. Koefisien regresi harga (X_3) = 0,301

Setiap penambahan satu satuan pada harga (X_3), maka akan menaikkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,301. Sebaliknya jika terjadi penurunan satu satuan pada harga (X_3), maka akan

menurunkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,301 dengan asumsi nilai variabel lain tetap.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel independen benar-benar berpengaruh terhadap variabel dependen secara terpisah atau parsial. Untuk menginterpretasikan koefisien variabel bebas (independen) dapat menggunakan *unstandardized coefficient* maupun *standardized coefficient* yaitu dengan melihat nilai signifikansi masing-masing variabel. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ atau 0,05, nilai df yang digunakan adalah $n-k$ ($190-4 = 186$), maka menghasilkan nilai t-tabel sebesar 2,65 adapun prosedurnya sebagai berikut :

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.40
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.247	2.084		4.916	.000
X1	.397	.061	.414	6.536	.000
X2	.291	.077	.615	3.775	.000
X3	.301	.064	.762	4.687	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji t test (parsial) pada tabel 4.40, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1.) Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 = Tidak ada pengaruh secara signifikan antara citra merek

(*Brand Image*) terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

H_1 = Ada pengaruh secara signifikan antara citra merek (*Brand*

Image) terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai t -hitung $>$ t -tabel yaitu $6,536 > 2,65$ dan $\text{Sig.} < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara citra merek (*Brand Image*) terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

2.) Pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 = Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

H_2 = Ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai t -hitung $>$ t -tabel yaitu $3,775 > 2,65$ dan $\text{Sig.} < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

3.) Pengaruh harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 = Tidak ada pengaruh secara signifikan antara harga

terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

H_3 = Ada pengaruh secara signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai t -hitung $>$ t -tabel yaitu $4,687 > 2,65$ dan $\text{Sig.} < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.41
Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	228.178	3	76.059	22.499	.000 ^a
Residual	628.790	186	3.381		
Total	856.968	189			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

H_0 = Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

H_1 = Artinya terdapat pengaruh yang signifikan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Kriteria pengambilan :

H_0 diterima, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$. H_1 diterima, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$.

Dari uji *Anova* atau F test didapatkan nilai F hitung sebesar 22,499 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,65 (hasil dari $df_1 = k - 1$, $df_2 = n - k$ maka hasilnya $df_1 = 4 - 1 = 3$, $df_2 = 190 - 4 = 186$) dan signifikansi F sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha = 5\%$)

Sehingga berdasarkan penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak terima H_1 . Karena F hitung yang lebih besar dari F_{tabel} ($22,499 > 2,65$) atau signifikansi F yang lebih kecil dari nilai α atau dengan kata lain ada pengaruh yang signifikan citra merek (*Brand Image*), kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap naik turunnya variasi nilai variabel dependen, dengan melihat nilai *Adjusted R Square* dari data tabel *Model Summary*.

Tabel 4.42
Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.516 ^a	.266	.254	1.839

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.42 diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,254 yang artinya 25,4 % variabel dependen (keputusan pembelian) dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari citra merek (*Brand Image*), kualitas produk, dan harga. Sedangkan sisanya sebesar 74,6 % dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.