BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Profil PT Astra Honda Motor (AHM)

Nama Perusahaan	:	PT Astra Honda Motor
Status Perusahaan	:	Perseroan Terbatas
Status Investasi	:	PMA (Penanaman Modal Asing)
Tanggal Pendirian	:	11 Juni 1971 (d/h Federal Motor)
Total Dsitribusi (2016)	:	4.380.888 unit
Kapasitas Produksi	:	5.800.000 unit/tahun
Status Kepemilikan	:	50% PT Astra International Tbk
		50% Honda Motor Co., Ltd

2. Sejarah PT Astra Honda Motor (AHM)

PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan pelopor industri sepeda motor di Indonesia. Didirikan pada 11 Juni 1971 dengan nama awal PT Federal Motor. Saat itu, PT Federal Motor hanya merakit, sedangkan komponennya diimpor dari Jepang dalam bentuk CKD (completely knock down). Tipe sepeda motor yang pertama kali di produksi Honda adalah tipe bisnis, S 90 Z bermesin 4 tak dengan kapasitas 90cc. Jumlah produksi pada tahun pertama selama satu tahun hanya 1500 unit, namun melonjak menjadi sekitar 30 ribu pada tahun

dan terus berkembang hingga saat ini. Sepeda motor terus berkembang dan menjadi salah satu moda transportasi andalan di Indonesia.

Seiring dengan perkembangan kondisi ekonomi serta tumbuhnya pasar sepeda motor terjadi perubahan komposisi kepemilikan saham di pabrikan sepeda motor Honda ini. Pada tahun 2001 PT Federal Motor dan beberapa anak perusahaan di merger menjadi satu dengan nama PT Astra Honda Motor, yang komposisi kepemilikan sahamnya menjadi 50% milik PT Astra International Tbk dan 50% milik Honda Motor Co. Japan.

Saat ini PT Astra Honda Motor memiliki 4 fasilitas pabrik perakitan, pabrik pertama berlokasi Sunter, Jakarta Utara yang juga berfungsi sebagai kantor pusat. Pabrik ke dua berlokasi di Pegangsaan Dua, Kelapa Gading. Pabrik ke 3 berlokasi di kawasan MM 2100 Cikarang Barat, Bekasi. Pabrik ke 4 berlokasi di Karawang. Pabrik ke 4 ini merupakan fasilitas pabrik perakitan terbaru yang mulai beroperasi sejak tahun 2014.

Dengan keseluruhan fasilitas ini PT Astra Honda Motor saat ini memiliki kapasitas produksi 5.8 juta unit sepeda motor per-tahunnya, untuk permintaan pasar sepeda motor di Indonesia yang terus meningkat. Salah satu puncak prestasi yang berhasil diraih PT Astra Honda Motor adalah pencapaian produksi ke 50 juta pada tahun 2015. Prestasi ini merupakan prestasi pertama yang yang berhasil diraih oleh industri sepeda motor di Indonesia bahkan untuk tingkat ASEAN.

3. Jenis Produk

Perusahaan AHM telah memproduksi berbagai macam produk sepeda motor, mulai dari tipe bebek, tipe sport dan skutik sebagai berikut :

Jenis Sepeda Motor

Tipe Cub/Bebek	Tipe Sport	Tipe Skutik
• Honda Revo X • Honda Blade FI • Supra X 125 FI • Supra X Helm In • Supra GTR 150	• CRF150L • CBR150R • CB150R • Sonic 150R • Verza 150 • MegaPro FI • CBR250RR • CRF250RALLY	• Honda Spacy FI • Honda BeAT eSP • Honda BeAT POP eSP • Honda BeAT Street eSP • Honda Vario eSP • Honda Scoopy • Honda Vario 125 eSP • Honda Vario 150 eSP • Honda PCX • Honda SH

4. Visi dan Misi

PT Astra Honda Motor, perusahaan yang menjalankan fungsi produksi, penjualan dan pelayanan purna jual yang lengkap untuk kepuasan pelanggan dan memiliki :

a. Visi

AHM ingin menjadi pemimpin pasar sepeda motor di Indonesia dan menjadi pemain kelas dunia, dengan mewujudkan impian konsumen, menciptakan kegembiraan bagi konsumen dan berkontribusi kepada masyarakat Indonesia.

b. Misi

Menciptakan solusi mobilitas bagi masyarakat dengan produk dan pelayanan terbaik.

B. Gambaran Umum Responden

1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran umum mengenai konsumen sepeda motor merek Honda berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin Responden	Jumlah Responden	Persentase %
Laki-laki	18	18%
Perempuan	82	82%
Jumlah	100	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa mayoritas responden memiliki jenis kelamin perempuan dengan jumlah 82 orang atau 82% dari pada jenis kelamin laki-laki yang memiliki jumlah 18 orang atau 18%. Hal ini berarti bahwa perempuan menunjukkan sebagai pemakai sepeda motor Honda Skuter Matik lebih banyak dibandingkan laki-laki.

2. Deskripsi 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 Responden	Jumlah Responden	Persentase %
18-20 tahun	31	31%
21-22 tahun	61	61%
23-24 tahun	8	8%
Jumlah	100	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menggunakan sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik) adalah pemakai yang berusia 21-22 tahun.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Lamanya Pemakaian

Berdasarkan penelitian, diperoleh gambaran tentang lamanya penggunaan sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik) dari responden yang dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut :

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Lamanya Pemakaian

Lama Pemakaian	Jumlah Responden	Persentase %
1-3 tahun	37	37%
3-5 tahun	34	34%
> 5 tahun	29	29%
Jumlah	100	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 didapatkan informasi bahwa mayoritas responden telah memiliki Honda Skutik (Skuter Matik) selama 3-5 tahun yaitu sebanyak 34 orang atau 36%. Data tersebut menjelaskan bahwa yang paling banyak menggunakan Honda Skutik (Skuter Matik) lamanya pemakaian adalah 3-5 tahun.

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Sepeda Motor Skuter Matik

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Jenis Sepeda Motor Skuter Matik

Jenis Sepeda Motor	Jumlah Responden	Persentase %
BeAT	68	72%
Vario	25	25%
Scoopy	7	7%
Jumlah	100	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 didapatkan informasi bahwa mayoritas responden memiliki Honda Skutik (Skuter Matik) jenis Honda BeAT yaitu sebanyak 68 orang atau 68%. Data tersebut menjelaskan bahwa responden paling banyak menggunakan sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik) Jenis Honda BeAT.

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	S	N	TS	STS
Produk sepeda motor Honda Skutik tersedia banyak pilihan sesuai kebutuhan dan keinginan	34	62	4	-	-
Persentase	34%	62%	4%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.5 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 34 (34%), Setuju sebanyak 62 (62%), Netral sebanyak 4 (4%). Artinya responden cenderung Setuju

bahwa produk sepeda motor Honda Skutik tersedia banyak pilihan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

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

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Produk sepeda motor Honda Skutik mudah didapatkan dan senantiasa update produk terbaru dan mempublikasikannya	28	64	8	-	-
Persentase	28%	64%	8%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.6 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 28 (28%), Setuju sebanyak 64 (64%), Netral sebanyak 8 (8%). Artinya responden cenderung Setuju bahwa produk sepeda motor Honda Skutik mudah didapat 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	S	N	TS	STS
Produk sepeda motor Honda Skutik memiliki inovasi desain yang modern	23	64	13	-	-
Persentase	23%	64%	13%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.7 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 23 (23%), Setuju sebanyak 64 (64%), Netral sebanyak 13 (13%). Artinya responden cenderung Setuju

bahwa produk sepeda motor Honda Skutik memiliki inovasi desain yang modern.

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

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Kualitas bahan yang digunakan untuk produk sepeda motor Honda Skutik adalah bahan yang bagus dan memperhatikan kenyamanan	25	59	16	-	-
Persentase	25%	59%	16%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.8 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 25 (25%), Setuju sebanyak 59 (59%), Netral sebanyak 16 (16%). Artinya responden cenderung Setuju bahwa kualitas bahan yang digunakan produk sepeda motor Honda Skutik menggunakan 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	S	N	TS	STS
Produk sepeda motor Honda Skutik memiliki fitur desain yang unik yang membedakan dari produk merek yang lain	20	59	21	-	-
Persentase	20%	59%	21%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.9 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 20 (20%), Setuju sebanyak 59 (59%),

Netral sebanyak 21 (21%). Artinya responden cenderung Setuju bahwa produk sepeda motor Honda Skutik memiliki fitur desain unik dan membedakan dari produk merek lain.

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

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Merek sepeda motor Honda Skutik mudah diingat dan diucapkan	26	59	15	-	-
Persentase	26%	59%	15%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.10 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 26 (26%), Setuju sebanyak 59 (59%), Netral sebanyak 15 (15%). Artinya responden cenderung Setuju bahwa merek sepeda motor Honda Skutik mudah diingat dan diucapkan.

2. Deskripsi 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	S	N	TS	STS
Sepeda motor Honda Skutik memberikan kenyamanan berkendara secara maksimal	33	53	14	-	-
Persentase	33%	53%	14%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.11 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 33 (33%), Setuju sebanyak 53 (53%),

Netral sebanyak 14 (14%). Artinya responden cenderung Setuju bahwa sepeda motor Honda Skutik memberikan kenyamanan berkendara secara maksimal.

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

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Sepeda motor Honda Skutik irit bensin	41	34	23	1	1
Persentase	41%	34%	23%	1%	1%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.12 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 41 (41%), Setuju sebanyak 34 (34%), Netral sebanyak 23 (23%), Tidak Setuju sebanyak 1 (1%), Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 (1%). Artinya responden cenderung Sangat Setuju bahwa sepeda motor Honda Skutik 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	S	N	TS	STS
Sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik) memiliki body yang menarik perhatian	11	62	27	0	0
Persentase	11%	62%	27%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.13 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 11 (11%), Setuju sebanyak 62 (62%), Netral sebanyak 27 (27%). Artinya responden cenderung Setuju

bahwa sepeda motor Honda Skutik memiliki body yang menarik perhatian.

c) Indikator *Reability* / Keandalan ($X_{2.3}$)

Tabel 4.14
Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{2.3.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Sepeda motor Honda Skutik memiliki mesin yang handal	15	58	27	0	0
Persentase	15%	58%	27%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.14 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 15 (15%), Setuju sebanyak 58 (58%), Netral sebanyak 27 (27%). Artinya responden cenderung Setuju bahwa sepeda motor Honda Skutik 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	S	N	TS	STS
Sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik) mudah dalam perawatan	16	57	26	1	0
Persentase	16%	57%	26%	1%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.15 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 16 (16%), Setuju sebanyak 57 (57%), Netral sebanyak 26 (26%), Tidak Setuju sebanyak 1 (1%). Artinya

responden cenderung Setuju bahwa sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik) mudah dalam perawatan.

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

Tabel 4.16
Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{2.5.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Sepeda motor Honda Skutik sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan	22	64	14	0	0
Persentase	22%	64%	14%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.16 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 22 (22%), Setuju sebanyak 64 (64%), Netral sebanyak 14 (14%). Artinya responden cenderung Setuju bahwa sepeda motor Honda Skutik 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	S	N	TS	STS
Sepeda motor Honda Skutik memiliki umur ekonomis yang lama	11	38	50	1	0
Persentase	11%	38%	50%	1%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.17 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 11 (11%), Setuju sebanyak 38 (38%), Netral sebanyak 50 (50%), Tidak Setuju sebanyak 1 (1%). Artinya

responden cenderung Netral bahwa sepeda motor Honda Skutik 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	S	N	TS	STS
Sepeda motor Honda Skutik memiliki reputasi berkualitas tinggi	12	53	33	2	0
Persentase	12%	53%	33%	2%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.18 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 12 (12%), Setuju sebanyak 53 (53%), Netral sebanyak 33 (33%), Tidak Setuju sebanyak 2 (2%). Artinya responden cenderung Setuju bahwa sepeda motor Honda Skutik 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	S	N	TS	STS
Sparepart sepeda motor Honda Skutik diberikan garansi	21	46	29	4	0
Persentase	21%	46%	29%	4%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.19 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 21 (21%), Setuju sebanyak 46 (46%), Netral sebanyak 29 (29%), Tidak Setuju sebanyak 4 (4%). Artinya

responden cenderung Setuju bahwa *sparepart* sepeda motor Honda Skutik diberikan garansi.

3. Deskripsi Kepuasan Konsumen (X_3)

a) Indikator Kesesuaian Harapan ($X_{3.1}$)

Tabel 4.20
Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{3.1.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Performa sepeda motor Honda Skutik sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen	25	63	12	0	0
Persentase	25%	63%	12%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.20 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 25 (25%), Setuju sebanyak 63 (63%), Netral sebanyak 12 (12%). Artinya responden cenderung Setuju bahwa performa sepeda motor Honda Skutik sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

Tabel 4.21
Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{3.1.2}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Mendapatkan manfaat sesuai dengan harapan konsumen	21	66	12	1	0
Persentase	21%	66%	12%	1%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.21 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 21 (21%), Setuju sebanyak 66 (66%), Netral sebanyak 12 (12%), Tidak Setuju sebanyak 1 (1%). Artinya

responden cenderung Setuju bahwa mendapatkan manfaat sesuai dengan harapan konsumen.

b) Indikator Kemudahan dalam Memperoleh ($X_{3.2}$)

Tabel 4.22
Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{3.2.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Lokasi *dealer* resmi Honda yang tidak menyulitkan konsumen	40	42	17	1	0
Persentase	40%	42%	17%	1%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.22 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 40 (40%), Setuju sebanyak 42 (42%), Netral sebanyak 17 (17%), Tidak Setuju sebanyak 1 (1%). Artinya responden cenderung Setuju bahwa lokasi *dealer* resmi Honda yang tidak menyulitkan konsumen.

Tabel 4.23
Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{3.2.2}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Kemudahan untuk mendapatkan sepeda motor Honda Skutik saat konsumen membutuhkannya	19	57	23	1	0
Persentase	19%	57%	23%	1%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.23 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 19 (19%), Setuju sebanyak 57 (57%), Netral sebanyak 23 (23%), Tidak Setuju sebanyak 1 (1%). Artinya

responden cenderung Setuju bahwa kemudahan untuk mendapatkan sepeda motor Honda Skutik saat konsumen membutuhkannya.

c) Indikator Kesediaan Merekomendasikan ($X_{3.3}$)

Tabel 4.24
Hasil Kuesioner Pernyataan ($X_{3.3.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Merekomendasikan produk sepeda motor Honda Skutik kepada orang lain	12	60	28	0	0
Persentase	12%	60%	28%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.24 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 12 (12%), Setuju sebanyak 60 (60%), Netral sebanyak 28 (28%). Artinya responden cenderung Setuju untuk merekomendasikan produk sepeda motor Honda Skutik kepada orang lain.

4. Deskripsi Loyalitas Konsumen (Y)

a) Indikator Kesetiaan dalam Pembelian ($Y_{.1}$)

Tabel 4.25
Hasil Kuesioner Pernyataan ($Y_{.1.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Tetap melakukan pembelian sepeda motor Honda Skutik dimasa yang akan datang	37	44	19	0	0
Persentase	37%	44%	19%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.25 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 37 (37%), Setuju sebanyak 44 (44%),

Netral sebanyak 19 (19%). Artinya responden cenderung Setuju untuk etap melakukan pembelian sepeda motor Honda Skutik dimasa yang akan datang.

Tabel 4.26
Hasil Kuesioner Pernyataan ($Y_{.1.2}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Mengajak orang lain untuk menggunakan produk sepeda motor Honda Skutik	16	58	24	2	0
Persentase	16%	58%	24%	2%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.26 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 16 (16%), Setuju sebanyak 58 (58%), Netral sebanyak 24 (24%), Tidak Setuju sebanyak 2 (2%). Artinya responden cenderung Setuju mengajak orang lain untuk menggunakan produk sepeda motor Honda Skutik.

b) Indikator Ketahanan Terhadap Pengaruh Negatif ($Y_{.2}$)

Tabel 4.27
Hasil Kuesioner Pernyataan ($Y_{.2.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Tetap menggunakan sepeda motor Honda Skutik meskipun banyak merek lain yang beredar dipasaran	37	48	15	0	0
Persentase	37%	48%	15%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.27 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 37 (37%), Setuju sebanyak 48 (48%), Netral sebanyak 15 (15%). Artinya responden cenderung Setuju

untuk tetap menggunakan sepeda motor Honda Skutik meskipun banyak merek lain yang beredar dipasaran.

c) Indikator Mereferensikan Secara Total ($Y_{.3}$)

Tabel 4.28
Hasil Kuesioner Pernyataan ($Y_{.3.1}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Selalu mereferensikan kepada orang lain untuk melakukan pembelian produk sepeda motor Honda Skutik	20	52	28	0	0
Persentase	20%	52%	28%	0%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.28 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 20 (20%), Setuju sebanyak 52 (52%), Netral sebanyak 28 (28%). Artinya responden cenderung Setuju untuk selalu mereferensikan kepada orang lain untuk melakukan pembelian produk sepeda motor Honda Skutik.

Tabel 4.29
Hasil Kuesioner Pernyataan ($Y_{.3.2}$)

Item Pernyataan	Jawaban Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Mengatakan hal-hal yang positif mengenai sepeda motor Honda Skutik kepada orang lain	18	68	13	1	0
Persentase	18%	68%	13%	1%	0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.29 diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 18 (18%), Setuju sebanyak 68 (68%), Netral sebanyak 13 (13%), Tidak Setuju sebanyak 1 (1%). Artinya

responden cenderung Setuju untuk mengatakan hal-hal yang positif mengenai sepeda motor Honda Skutik kepada orang lain.

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 100 responden. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya r_{tabel} adalah 0,1966 (df = n – 2 = 100 – 2 = 98) dengan taraf signifikansi (α) yaitu sebesar 5%. Berdasarkan jendela *Corrected Item-Total Correlation* untuk masing-masing butir kuesioner adalah sebagai berikut :

Tabel 4.30
Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	*Corrected Item-Total Correlation*	r tabel	Keterangan
Citra Merek (X_1)	$X_{1.1.1}$	0,502	0,203	Valid
	$X_{1.1.2}$	0,605	0,203	Valid
	$X_{1.2.1}$	0,619	0,203	Valid
	$X_{1.2.2}$	0,695	0,203	Valid
	$X_{1.3.1}$	0,612	0,203	Valid
	$X_{1.3.2}$	0,541	0,203	Valid
Kualitas Produk (X_2)	$X_{2.1.1}$	0,630	0,203	Valid
	$X_{2.1.2}$	0,448	0,203	Valid
	$X_{2.2.1}$	0,402	0,203	Valid
	$X_{2.3.1}$	0,652	0,203	Valid
	$X_{2.4.1}$	0,611	0,203	Valid
	$X_{2.5.1}$	0,580	0,203	Valid
	$X_{2.6.1}$	0,572	0,203	Valid
	$X_{2.7.1}$	0,615	0,203	Valid
	$X_{2.8.1}$	0,377	0,203	Valid
Kepuasan Konsumen (X_3)	$X_{3.1.1}$	0,589	0,203	Valid
	$X_{3.1.2}$	0,604	0,203	Valid
	$X_{3.2.1}$	0,360	0,203	Valid
	$X_{3.2.2}$	0,567	0,203	Valid
	$X_{3.3.1}$	0,667	0,203	Valid
Loyalitas Konsumen (Y)	$Y_{.1.1}$	0,705	0,203	Valid
	$Y_{.1.2}$	0,668	0,203	Valid
	$Y_{.2.1}$	0,639	0,203	Valid
	$Y_{.3.1}$	0,717	0,203	Valid
	$Y_{.3.2}$	0,655	0,203	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.30 diatas, seluruh item mulai dari $X_{1.1.1}$ sampai $Y_{.3.2}$ adalah valid. Hal ini terbukti dengan nilai *Correted Item-Total Correlation* lebih besar dibanding *r tabel product moment* yaitu 0,196. 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 4.31
Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Nilai Alpha	Jumlah Pertanyaan Kuesioner	Keterangan
Citra Merek (X_1)	0,837	6	Sangat reliabel
Kualitas Produk (X_2)	0,812	9	Sangat reliabel
Kepuasan Konsumen (X_3)	0,754	5	Reliabel
Loyalitas Konsumen (Y)	0,875	5	Sangat reliabel

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.31 *Reliability Statistics* di atas, nilai *Cronbach's Alpha* varibel citra merek (X_1) sebesar 0,837 yang berarti dimensi faktor citra merek (X_1) adalah reliable. Karena angka *Cronbach's Alpha* 0,837 maka untuk faktor citra merek (X_1) berarti sangat reliable. Nilai *Cronbach's Alpha* kualitas produk (X_2) sebesar 0,812 yang berarti dimensi faktor kualitas produk (X_2) adalah reliable. Karena angka *Cronbach's Alpha* 0,812 maka untuk faktor kualitas produk (X_2) berarti sangat reliable. Nilai Cronbach's Alpha kepuasan konsumen (X_3) sebesar 0,754 yang berarti dimensi faktor kepuasan konsumen (X_3) adalah reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* loyalitas konsumen (Y) sebesar 0,875 yang berarti dimensi faktor loyalitas konsumen (Y) adalah reliable. Karena angka *Cronbach's Alpha* 0,875 maka untuk faktor loyalitas konsumen (Y) berarti sangat reliable.

2. Uji Asumsi Klasik

   a. Uji Normalitas Data

      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 :

      a. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai Sig. atau signifikansi > 0,05.

b. Data dikatakan berdistribusi tidak normal jika nilai Sig. Atau signifikansi < 0,05.

Tabel 4.32
Uji Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Citra Merek	Kualitas Produk	Kepuasan Konsumen	Loyalitas Konsumen
N		100	100	100	100
Normal Parameters[a]	Mean	24.79	35.18	20.19	20.23
	Std. Deviation	2.690	3.965	2.321	2.774
Most Extreme Differences	Absolute	.105	.112	.127	.109
	Positive	.105	.078	.068	.059
	Negative	-.095	-.112	-.127	-.109
Kolmogorov-Smirnov Z		1.055	1.119	1.274	1.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.216	.163	.078	.183

a. Test distribution is Normal.
Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.32 *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* sig. data untuk citra merek adalah 0,216 maka lebih besar dari 0,05 (0,216 > 0,05) sehingga data berdistribusi normal. Sig. data untuk kualitas produk adalah 0,163 maka lebih besar dari 0,05 (0,163 > 0,05) sehingga data berdistribusi normal. Sig. data kepuasan konsumen adalah 0,078 maka lebih besar dari 0,05 (0,078 > 0,05) sehingga data berdistribusi normal, selanjutnya sig. data loyalitas konsumen adalah 0,183 maka lebih besar dari 0,05 (0,183 > 0,05) sehingga data 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 4.33
Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Citra Merek	.430	2.327
	Kualitas Produk	.355	2.816
	Kepuasan Konsumen	.543	1.841

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Berdasarkan pada tabel 4.33 diatas, diketahui bahwa nilai VIF X_1 (Citra Merek) sebesar 2,327, X_2 (Kualitas Produk) sebesar 2,816 dan X_3 (Kepuasan Konsumen) sebesar 1,841. Dengan demikian ketiga variabel diatas terbebas dari masalah multikolinearitas dikarenakan VIF pada ketiga variabel tersebut kurang dari 10.

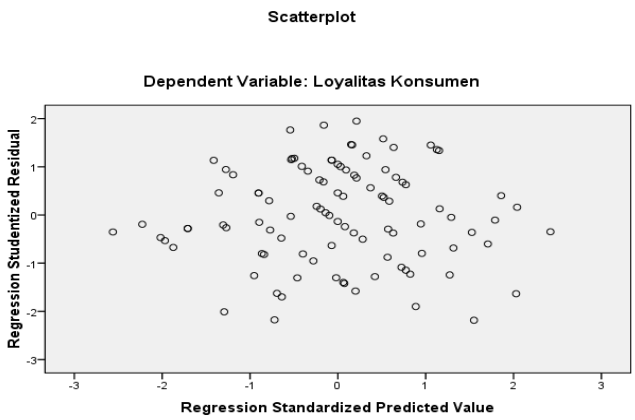
c. Uji Heteroskedastisitas

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 4.1
Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbatas dari asumsi heteroskedastisitas dikarenakan titik-titik data tidak berpola dan menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.

Selain melihat grafik *Scatterplot,* pengujian heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan uji *glejser*. Uji *glejser* dilakukan dengan mentransformasi nilai residual menjadi *absolute residual* dan meregresikan dengan variabel independen. Dasar pengambulan keputusan adalah tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan terjadi heteroskedastisitas jika nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser.*

Tabel 4.34
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji *Glejser*)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.481	.950		.507	.613
	Citra Merek	.082	.053	.238	1.557	.123
	Kualitas Produk	-.061	.039	-.262	-1.558	.123
	Kepuasan Konsumen	.051	.054	.128	.945	.347

Dependent Variable: abs_res
Sumber : Data yang diolah, 2017

Berdasarkan pada tabel 4.34 diatas dapat diketahui bahwa kedua variabel memiliki nilai signifikansi > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

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 4.35
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.917	1.756		-1.092	.278
	Citra Merek	.223	.097	.216	2.294	.024
	Kualitas Produk	.153	.073	.219	2.115	.037
	Kepuasan Konsumen	.556	.100	.465	5.548	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

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

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

$$Y = -1,917 + 0,223X_1 + 0,153X_2 + 0,556X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Konstanta sebesar -1,917 menunjukkan bahwa jika nilai variabel citra merek, kualitas produk dan kepuasan konsumen menurun (karena tanda negatif) dengan satu satuan maka loyalitas

konsumen sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik) sebesar -1,917 satu satuan.

b. Koefisien regresi X_1 (citra merek) sebesar 0,223 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) dengan satu satuan maka loyalitas konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,223 satuan.

c. Koefisien regresi X_2 (kualitas produk) sebesar 0,153 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) dengan satu satuan maka loyalitas konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,153 satuan.

d. Koefisien regresi X_3 (kepuasan konsumen) sebesar 0,556 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) dengan satu satuan maka loyalitas konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,556 satuan.

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 menginterprestasikan koefisien variabel bebas (independen) dapat menggunakan *unstandardized coefficient* maupun *standardized coefficient* yaitu dengan melihat nilai signifikansi masing-masing variabel. Pada tingkat signifikasi α =

5% atau 0,05, nilai df yang digunakan adalah n-k (100-4 = 96), maka menghasilkan nilai t-tabel sebesar 1,985 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 4.36
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.917	1.756		-1.092	.278
	Citra Merek	.223	.097	.216	2.294	.024
	Kualitas Produk	.153	.073	.219	2.115	.037
	Kepuasan Konsumen	.556	.100	.465	5.548	.000

Dependent Variable: Loyalitas Konsumen
Sumber : Data yang diolah, 2017

1) Pengaruh citra merek (X_1) terhadap loyalitas konsumen (Y)

   H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik)

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik)

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2,294 > 1,985 dan sig. 0,024 < 0,05 maka H_0 ditolak dan terima H_1. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik).

2) Pengaruh kualitas produk (X_2) terhadap loyalitas konsumen (Y)

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik)

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik)

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2,115 > 1,985 dan sig. 0,037 < 0,05 maka H_0 ditolak dan terima H_1. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik).

3) Pengaruh kepuasan konsumen (X_3) terhadap loyalitas konsumen (Y)

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik)

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik)

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 5,548 > 1,985 dan sig. 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan terima H_1. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik).

Jadi berdasarkan uji t diatas dapat diambil kesimpulan bahwa variabel independen yaitu citra merek, kualitas produk dan kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik).

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 4.37
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	482.523	3	160.841	55.306	.000[a]
	Residual	279.187	96	2.908		
	Total	761.710	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen
Sumber : Data yang diolah, 2017

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 secaa 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 55,306 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,70 (hasil dari df1 = k-1, df2 = n-k maka hasilnya df1 = 4-1 = 3, df2 = 100-4 = 96) dan signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 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} (55,306 > 2,70) atau signifikansi F yang lebih kecil dari nilai α atau dengan kata lain ada pengaruh yang signifikan citra merek, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik).

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 4.38
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796[a]	.633	.622	1.70534

Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Citra Merek, Kualitas Produk
Sumber : Data yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.38 diatas dapat diketahui bahwa *Adjusted R square* adalah 0,622 artinya 62,2% variabel terikat loyalitas konsumen (Y) dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari citra merek, kualitas produk dan kepuasan konsumen. Dan sisanya sebesar 37,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan. Jadi,

sebagian besar variabel terikat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model.