BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Sejarah Perusahaan

ANEKA JASA MOTOR adalah dealer resmi Yamaha dengan badan hukum PT ANEKA JASA MOTOR**.** Bergerak di bidang penjualan retail kendaraan otomotif khususnya motor dengan merk Yamaha. Didirikan pada tanggal 29 Oktober 1994, secara operasional menjalankan bisnis retail otomotif Yamaha pada bulan September 2001 dengan menggunakan nama ANEKA JASA MOTOR Bandung.

ANEKA JASA MOTOR berlokasi di JL.Ibu Inggit Ganarsih. Ciatel,No.48 Bandung. Jumlah karyawan pada saat itu hanya berjumlah 50 orang saja. pada tahun 2006 merupakan cerminan langsung dari visi perusahaan untuk membawa ANEKA JASA MOTOR menjadi yang terkemuka dalam bisnis retail otomotif khususnya motor merk Yamaha. Sampai saat ini kami terus berusaha mengembangkan pelayanan kami untuk penjualan dan servis sepeda motor YAMAHA. Baik dalam hal penjualan, maupun dalam hal layanan purna jual. Guna memberikan layanan yang yang terbaik bagi konsumennya, dari waktu ke waktu.

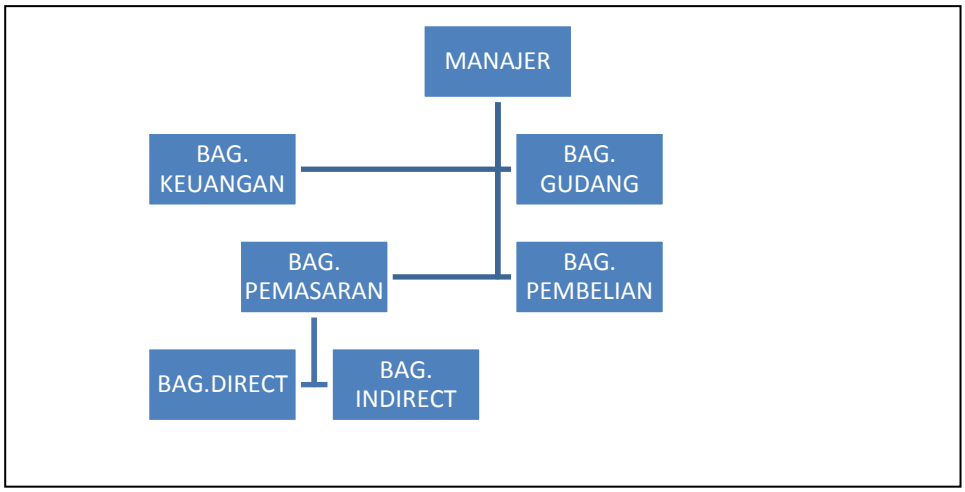
4.1.2. Struktur Organisasi

Bentuk Struktur Organisasi ANEKA JASA MOTOR yang berlokasi di JL.Ibu Inggit Ganarsih Ciatel,No.48 Bandung. adalah organisasi berbentuk *Staff* dan *Line*. Dalam struktur organisasi garis terlihat jelas bahwa atasan secara langsung

berwenang memberikan perintah kepada bawahannya dan sebaliknya bawahan langsung bertanggung jawab kepada atasan yang langsung membawahinya.

ANEKA JASA MOTOR dipimpin oleh seorang Direktur Utama yang sekaligus sebagai pemiliknya. Dalam pelaksanaan tata kerja sehari-hari,

Untuk lebih jelasnya, struktur organisasasi ANEKA JASA MOTOR yang berlokasi di JL.Ibu Inggit Ganarsih Ciatel,No.48 Bandung ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Sumber ANEKA JASA MOTOR

Gambar 4.1.
Struktur Organisasi ANEKA JASA MOTOR Bandung

4.1.3. Job Deskription

1. Manajer

Merupakan pimpinan selaku pemilik perusahaan yang mempunyai jabatan struktural yang paling atas di ANEKA JASA MOTOR. Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

a. Mengendalikan jalannya perusahaan.
b. Merumuskan tujuan perusahaan dan menetapkan rencana-rencana serta kebijaksanaan perusahaan.
c. Mengkoordinasikan dan mengarahkan semua kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
d. Bertanggungjawab terhadap seluruh kegiatan perusahaan yang menyangkut kelangsungan hidup perusahaan serta perkembangannya dimasa yang akan datang.

2. Bagian Keuangan

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

a. Mempunyai tanggung jawab terhadap pimpinan perusahaan.
b. Bertanggungjawab atas seluruh kegiatan pembukuan perusahaan secara lengkap, benar dan tepat waktu.
c. Membuat laporan keuangan, seperti laporan rugi laba dan laporan keuangan bulanan.
d. Mengelola segala sesuatu yang menyangkut keuangan peusahaan yang meliputi administrasi laporan keuangan, penagihan piutang, pembayaran hutang perusahaan, dan pengelolaan kas.

3. Bagian Pemasaran

Tugas dan tanggung jawabnya :

a. Mempunyai tanggungjawab terhadap pimpinan perusahaan.

b. Mengawasi dan mengkoordinasi bagian-bagian yang berada dibawah tanggungjawabnya seperti bagian order, distribusi dan penjualan.
c. Menangani penerimaan pesanan/panggilan pemeriksaan.
d. Mencari pelanggan-pelanggan potensial serta menjaga hubungan kerja yang baik dengan pelangganpelanggan lama.
e. Melakukan promosi perusahaan dan produk.
f. Menetapkan harga produk.
g. Memperbaharui produk dan melakukan sirkulasi produk.

3.1.Bagian Direct

Tugas dan tanggung jawabnya :

a. Mempunyai tanggung jawab terhadap pimpinan perusahaan
b. Mengawasi penjualan langsung pada komsumen
c. Menyiapakan persiapan untuk pameran-pameran yang dilakukan perusahaan
d. Melayani penjualan pada konsumen yang secara eceran
e. Melakukan promosi perusahaan dan produk

3.2.Bagian Indirect

Tugas dan tanggung jawabnya :

a. Mempunyai tanggung jawab terhadap pimpinan perusahaan
b. Mengawasi penjualan langsung pada komsumen
c. Melakukan ekspedisi
d. Melakukan promosi perusahaan dan produk
e. Pengiriman pada konsumen yang telah melakukan pemesanan

4. Bagian Gudang

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

a. Mempunyai tangggung jawab terhadap pimpinan perusahaan.
b. Mengawasi dan mengkoordinasikan bagian yang ada dibawah tanggungjawabnya.
c. Membuat daftar persediaan barang yang masuk dan keluar dari gudang.
d. Bertanggungjawab terhadap keselamatan barang-barang yang disimpan di gudang.

5. Bagian Administrasi

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

a. Mempunyai tanggung jawab terhadap pimpinan perusahaan.
b. Mengadakan administrasi kegiatan-kegiatan perusahaan.
c. Menyusun dan mengelola data identitas dan medical report konsumen.
d. Filing/Arsip yang teratur.

4.1.4. Aspek Perusahaan

Dalam penelitan di aneka jasa motor, penulis menemukan kegiatan perusahaan yang biasa terjadi di perusahaan atau dealer-dealer yang biasa di jumpai. Aneka jasa motor selain menjual berbagai motor merek yamaha juga menjual motor bekas dan masih layak pakai. Dalam bertransaksi pun aneka jasa motor selain menjual lansung juga menerima kredit atau cicilan baik itu motor baru atau pun motor bekas. Keuntungan konsumen dalam menentukan pembelian di aneka jasa motor

adalah dengan adanya sistem purana jual bagi konsumen, misalnya service gratis oleh dealer sebanyak 3 kali, dan sebagainya.

4.2.Pembahasan Penelitian

Bab ini membahas mengenai uraian dan analisis data-data yang diperoleh dari data primer dan sekunder penelitian. Data primer penelitian ini adalah hasil kuesioner yang disebarkan kepada 100 orang. Data tersebut merupakan data pokok dimana analisisnya ditunjang oleh data-data sekunder yang analisisnya didapat dari hasil observasi di lapangan dan beberapa sumber pustaka untuk memperkuat dan memperdalam hasil analisis. Data yang diperoleh dari hasil kuisioner terdiri dari dua macam, yaitu data responden dan data penelitian.

Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi. Sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan atau pernyataan mengenai variabel penelitian, yaitu variabel X (*Brand Equity*) dan variabel Y (Keputusan Pembelian). Variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan analisis korelasi pearson.

Data-data responden yang diperoleh melalui kuesioner dianalisis secara deskriptif. Data lain yang diperoleh dari studi pustaka akan digunakan sebagai data sekunder untuk melengkapi dan mendukung data primer.

4.2.1. Karakteristik Responden

Berikut ini akan digambarkan mengenai data responden yang merupakan Konsumen di ANEKA JASA MOTOR Bandung. Data responden tersebut dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, apakah pernah membeli produk motor yamaha Jupiter MX, dari mana memperoleh informasi mengenai produk yamaha Jupiter MX dan dimana bisa membeli produk yamaha Jupiter MX.

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Laki-laki	80	80.0
2	Perempuan	20	20.0
Jumlah		100	100.0

Tabel di atas menggambarkan jenis kelamin responden. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 80 orang (80.0%) berjenis kelamin laki-laki, sedangkan 20 orang lainnya (20.0%) berjenis kelamin perempuan. Dengan demikian mayoritas laki-laki lebih mengetahui secara rinci mengenai sepeda motor, sedangkan wanita tidak terlalu mengetahui mengenai sepeda motor.

Tabel 4.2
Usia Responden

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	< 20	7	7.0
2	20 - 29	35	35.0
3	30 - 39	48	48.0
4	> 40 tahun	10	10.0
Jumlah		100	100.0

Tabel di atas menggambarkan usia responden. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 7 orang (7.0%) berusia kurang dari 20 tahun, 35 orang (35.0%) berusia antara 20-29 tahun, 48 orang (48.0%) berusia antara 30-39 tahun, sedangkan 10 orang lainnya (10.0%) berusia diatas 40 tahun. Jadi dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berusia 30-39 tahun. Di karenakan saat usia beranjak 30- 39 tahun atau orang dewasa sudah mengerti akan kelebihan dan kekurangan dari barang otomotif terutama Yamaha Jupiter mx. Oleh karena itu Yamaha banyak sekali di gemari baik kalangan muda remaja, maupun orang dewasa.

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Pelajar	7	7.0
2	Mahasiswa	35	35.0
3	Pegawai negri	7	7.0
4	Pegawai swasta	33	33.0
5	Wiraswasta	8	8.0
6	TNI/POLRI	10	10.0
7	Ibu rumah tangga	0	0.0
8	Lain-lain	0	0.0
Jumlah		100	100.0

Tabel di atas menggambarkan pekerjaan responden. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa masing-masing sebanyak 7 orang (7.0%) sebagai pelajar dan pegawai negeri, 35 orang (35.0%) sebagai mahasiswa, 33 orang (33.0%) sebagai pegawai swasta, 8 orang (8.0%) sebagai wiraswasta, sedangkan 10 orang lainnya (10.0%) sebagai TNI/POLRI. Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah yang berprofesi sebagai Mahasiswa. Ini di karenakan Yamaha Jupiter mx bias menjangkau anak muda karena selain dari segi kualitas desain, harga yang di tawarkan kepada calon konsumen dapat terjangkau, apalagi seperti mahasiswa.

Tabel 4.4
Dari Mana Memperoleh Informasi Mengenai Produk Yamaha Jupiter MX

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Teman/relasi/keluarga	35	35.0
2	Iklan	45	45.0
3	Penjual	20	20.0
Jumlah		100	100.0

Tabel di atas menggambarkan mengenai dari mana responden memperoleh informasi mengenai produk yamaha Jupiter MX. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 35 orang (35.0%) dari Teman/relasi/keluarga, 45 orang (45.0%) dari iklan, sedangkan 20 orang lainnya (20.0%) memberikan jawaban penjual. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memperoleh informasi mengenai produk yamaha jupiter mx dalam penelitian ini adalah dari iklan, dikarenakan responden lebih banyak menemukan informasi yang lebih jelas, detail dan pertama kali menemukan informasi motor Yamaha Jupiter mx.

Tabel 4.5
Dimana Anda Bisa Membeli Produk Yamaha Jupiter MX

No	Pilihan Jawaban	f	%
1	Dealer	85	85.0
2	Showroom	15	15.0
Jumlah		100	100.0

Tabel di atas menggambarkan dimana responden bisa membeli produk yamaha Jupiter MX. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 85 orang (85.0%) dari Dealer, sedangkan 15 orang lainnya (15.0%) dari Showroom. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden lebih memilih dealer sebagai tempat membeli motor Yamaha Jupiter mx, di karenakan dealer lebih memberikan pelayanan yang lebih memuaskan ketimbang showroom, dari segi harga, maupun purna jualnya.

4.2.2. Hasil Analisis

Di dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui "Dampak *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX (Survey Pada Konsumen di ANEKA JASA MOTOR Bandung)" melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang menjadi sampel penelitian.

4.2.2.1.Brand Equity

4.2.2.1.1. Tanggapan Responden Tentang Kesadaran Merek

Tabel 4.6
Merek Yamaha Jupiter MX Merupakan Merek Motor Bebek Sport Yang Mudah Diingat Kembali Oleh Konsumen

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	34	34.0
Setuju	42	42.0
Cukup	19	19.0
Tidak Setuju	5	5.0
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Total	**100**	**100.0**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai merek yamaha Jupiter MX merupakan merek motor bebek sport yang mudah diingat kembali oleh konsumen. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 34 orang (34.0%) menyatakan sangat setuju, 42 orang (42.0%) menyatakan setuju, 19 orang (19.0%) menyatakan cukup dan 5 orang lainnya (5.0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa merek yamaha Jupiter MX merupakan merek motor bebek sport yang mudah diingat kembali oleh konsumen.

Hal ini menunjukan mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Merek Yamaha Jupiter MX Merupakan Merek Motor Bebek Sport Yang Mudah Diingat Kembali Oleh Konsumen Di karenakan Yamaha Jupiter mx mempunyai tingkat kemudahan dalam mengingat suatu merek oleh para responden. Menurut David A. Aaker (1997: 91) Pengingatan kembali merek didasarkan pada permintaan seseorang untuk menyebutkan merek tertentudalam suatu kelas produk.

Tabel 4.7
Merek Yamaha Jupiter MX Merupakan Merek Motor Bebek Sport Yang Paling Diingat Disetiap Produknya

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	27	27.0
Setuju	48	48.0
Cukup	24	24.0
Tidak Setuju	1	1.0
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Total	**100**	**100.0**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai merek yamaha Jupiter MX merupakan merek motor bebek sport yang paling diingat disetiap produknya. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 27 orang (27.0%) menyatakan sangat setuju, 48 orang (48.0%) menyatakan setuju, 24 orang (24.0%) menyatakan cukup dan 1 orang lainnya (1.0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa merek yamaha Jupiter MX merupakan merek motor bebek sport yang paling diingat disetiap produknya.

Dengan demikian dengan demikian mayoritas responden meyakini bahwa merek yamaha Jupiter MX merupakan merek motor bebek sport yang paling diingat disetiap produknya. Di karenakan responden telah mengenal Yamaha Jupiter mx dengan pengingatan kembali tanpa bantuan atau responden tidak perlu di bantu untuk memunculkan merek tersebut. Menurut David A. Aaker (1997: 92) merek yang disebutkan pertama dalam suatu tugas pengingatan kembali tanpa bantuan berarti telah meraih kesadaran puncak pikiran (*top-of mind awareness*), suatu posisi istimewa.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Tabel 4.8
Merek Yamaha Jupiter MX Merupakan Merek Motor Bebek Sport Yang Di Kenal Semua Kalangan

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	25	25.0
Setuju	57	57.0
Cukup	13	13.0
Tidak Setuju	5	5.0
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Total	100	100.0

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai merek yamaha Jupiter MX merupakan merek motor bebek sport yang di kenal semua kalangan. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 25 orang (25.0%) menyatakan sangat setuju, 57 orang (57.0%) menyatakan setuju, 13 orang (13.0%) menyatakan cukup dan 5 orang lainnya (5.0%) menyatakan tidak setuju. Dengan demikian dengan demikian mayoritas responden meyakini bahwa merek yamaha Jupiter MX merupakan merek motor bebek sport yang di kenal semua kalangan, karena terdapat keunggulan-keunggulan yang tidak terdapat pada merek motor lain.

4.2.2.1.2. Tanggapan Responden Tentang Kesan Kualitas

Tabel 4.9
Merek Yamaha Jupiter MX Merupakan Merek Motor Bebek Sport Yang Memiliki Kualitas Tinggi Dari Segi Bahan Dan Desain

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	35	35.0
Setuju	37	37.0
Cukup	26	26.0
Tidak Setuju	2	2.0
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Total	100	100

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai merek yamaha Jupiter MX merupakan merek motor bebek sport yang memiliki kualitas tinggi dari segi bahan dan desain. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 35 orang (35.0%) menyatakan sangat setuju, 37 orang (37.0%) menyatakan setuju, 26 orang (26.0%) menyatakan cukup dan 2 orang lainnya (2.0%) menyatakan tidak setuju. Di karenakan Hal ini mengindikasikan bahwa merek yamaha Jupiter MX merupakan merek motor bebek sport yang memiliki kualitas tinggi dari segi bahan dan desain.

Dengan demikian mayoritas responden meyakini bahwa merek yamaha Jupiter MX merupakan merek motor bebek sport yang memiliki kualitas tinggi dari segi bahan dan desain. Menurut David A. Aaker (1997: 130) kesan kualitas mempengaruhi pangsa pasar. Setelah memperhatikan factor-faktor lainnya, produk

dengan kualitas lebih tinggi lebih disukai dan akan mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar.

Tabel 4.10
Merek Yamaha Jupiter MX Mempunyai Keunggulan Dibandingkan Merek Motor Lainnya

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	19	19.0
Setuju	43	43.0
Cukup	32	32.0
Tidak Setuju	6	6.0
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Total	100	100.0

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai merek yamaha Jupiter MX mempunyai keunggulan dibandingkan merek motor lainnya. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 19 orang (19.0%) menyatakan sangat setuju, 43 orang (43.0%) menyatakan setuju, 32 orang (32.0%) menyatakan cukup dan 6 orang lainnya (12.0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa merek yamaha Jupiter MX mempunyai keunggulan dibandingkan merek motor lainnya. Misalnya harganya relatif lebih rendah di bandingkan dengan merek motor lainnya.

Dengan demikian mayoritas responden meyakini bahwa merek yamaha Jupiter MX mempunyai keunggulan dibandingkan merek motor lainnya berada pada kategori tinggi. Di karenakan kelas bebek sport yang setara dengan Yamaha Jupiter mx lebig unggul dari segi desain dan mesin.

4.2.2.1.3. Tanggapan Responden Tentang Asosiasi Merek

Tabel 4.11
Merek Yamaha Jupiter MX Dikenal Konsumen Dengan Harga Murah

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	25	25.0
Setuju	27	27.0
Cukup	36	36.0
Tidak Setuju	12	12.0
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Total	100	100.0

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai merek yamaha Jupiter MX dikenal konsumen dengan harga murah. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 25 orang (25.0%) menyatakan sangat setuju, 27 orang (27.0%) menyatakan setuju, 36 orang (36.0%) menyatakan cukup dan 12 orang lainnya (12.0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa merek yamaha Jupiter MX dikenal konsumen dengan harga murah. Menurut David A. Aaker (1997: 146) sebagian besar mengenai produk yang paling sering di beli dan merupakan produk consumer yang relative berharga murah, menunjukan bahjwa harga secara konsisten dianggap sebagai pertanda yang kuat dari kualitas, hamper sama kuatnya dengan merek.

Dengan demikian mayoritas responden meyakini bahwa merek yamaha Jupiter MX dikenal konsumen dengan harga murah berada pada kategori tinggi. Dan

konsumen sudah banyak membuktikan dengan membeli langsung dan membandingkan dengan harga merek motor yang lain.

Tabel 4.12
Merek Yamaha Jupiter MX Mudah Diperoleh

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	21	21.0
Setuju	46	46.0
Cukup	25	25.0
Tidak Setuju	6	6.0
Sangat Tidak Setuju	2	2.0
Total	100	100.0

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai merek yamaha Jupiter MX mudah diperoleh. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 21 orang (21.0%) menyatakan sangat setuju, 46 orang (46.0%) menyatakan setuju, 25 orang (25.0%) menyatakan cukup, 6 orang (6.0%) menyatakan tidak setuju cukup dan 2 orang lainnya (2.0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa merek yamaha Jupiter MX mudah diperoleh. Dengan banyaknya dealer dan showroom yang menjual motor Yamaha Jupiter mx, konsumen dapat dengan mudah unntuk mencari informasi maupun langsung membeli.

Dengan demikian mayoritas responden meyakini bahwa merek yamaha Jupiter MX mudah diperoleh berada pada kategori tinggi. Di karenakan hamper di

seluruh daerah jawa barat ini banyak sekali dealer dan showroom yang memasarkan produk Yamaha terutama Yamaha Jupiter mx.

Tabel 4.13
Merek Yamaha Jupiter MX Memiliki Desain Yang Unik Dan Menarik

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	19	19.0
Setuju	54	54.0
Cukup	19	19.0
Tidak Setuju	8	8.0
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Total	100	100.0

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai merek yamaha Jupiter MX memiliki desain yang unik dan menarik. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa masing-masing sebanyak 19 orang (19.0%) menyatakan sangat setuju dan cukup, 54 orang (54.0%) menyatakan setuju, dan 8 orang lainnya (8.0%) menyatakan tidak setuju. Dengan demikian merek yamaha Jupiter MX mudah diperoleh berada pada kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa merek yamaha Jupiter MX memiliki desain yang unik dan menarik. Desain Yamaha Jupiter mx selalu mementingkan desain agar calon pembeli atau para konsumen dapat tertarik dan suka akan desain yang di tampilkan. Menurut David A. Aaker (1997: 205) penggunaan gambar merupakan salah satu cara yang memungkinkan para responden menekspresikan apa yang sungguh-sungguh mereka rasakan dengan

menggunakan karakter-karakter dalam adegan tersebut sebagai sarana untuk mengkomunikasikan sikap dan perasaan mereka sendiri.

4.2.2.1.4. Tanggapan responden Tentang loyalitas merek

Tabel 4.14
Menyukai Merek Yamaha Jupiter MX Dibanding Dengan Merek Motor Bebek Sport Lainnya

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	29	29.0
Setuju	43	43.0
Cukup	21	21.0
Tidak Setuju	5	5.0
Sangat Tidak Setuju	2	2.0
Total	100	100.0

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai menyukai merek yamaha Jupiter MX dibanding dengan merek motor bebek sport lainnya. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 29 orang (29.0%) menyatakan sangat setuju, 43 orang (43.0%) menyatakan setuju, 21 orang (21.0%) menyatakan cukup, 5 orang (5.0%) menyatakan tidak setuju, sedangkan 2 orang (2.0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa responden menyukai merek yamaha Jupiter MX dibanding dengan merek motor bebek sport lainnya. Loyalitas merek adalah pilihan yang dilakukan konsumen untuk membeli merek tertentu dibandingkan merek yang lain dalam satu kategori produk (Giddens, 2002). Dengan demikian mayoritas

responden meyakini bahwa menyukai merek yamaha Jupiter MX dibanding dengan merek motor bebek sport lainnya.

Tabel 4.15
Setia Menggunakan Merek Yamaha Jupiter MX

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	14	14.0
Setuju	29	29.0
Cukup	41	41.0
Tidak Setuju	12	12.0
Sangat Tidak Setuju	4	4.0
Total	100	100.0

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai setia menggunakan merek yamaha Jupiter MX. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 14 orang (14.0%) menyatakan sangat setuju, 29 orang (29.0%) menyatakan setuju, 41 orang (41.0%) menyatakan cukup, 12 orang (12.0%) menyatakan tidak setuju, sedangkan 4 orang (4.0%) menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian mayoritas responden meyakini bahwa konsumen setia menggunakan merek yamaha Jupiter MX. Hal ini mengindikasikan bahwa responden setia menggunakan merek yamaha Jupiter MX.

Tabel 4.16
Akan Mengajak Orang Lain Untuk Memakai Merek Yamaha Jupiter MX

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	15	15.0
Setuju	46	46.0
Cukup	28	28.0
Tidak Setuju	11	11.0
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Total	100	100.0

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai akan mengajak orang lain untuk memakai merek yamaha Jupiter MX. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 15 orang (15.0%) menyatakan sangat setuju, 46 orang (46.0%) menyatakan setuju, 28 orang (28.0%) menyatakan cukup, sedangkan 11 orang (11.0%) menyatakan tidak setuju. Dengan demikian mayoritas responden meyakini bahwa konsumen akan mengajak orang lain untuk memakai merek yamaha Jupiter MX. Hal ini mengindikasikan bahwa responden akan mengajak orang lain untuk memakai merek yamaha Jupiter MX, secara tidak langsung jika orang itu merasa puas akan suatu produk tertentu orang itu bisa saja memberitahukan pada orang terdekat. Menurut David A.Aaker (1997:) melihat sebuah produk digunakan seorang teman akan membangkitkan semacam kenangan yang berkaitan dengan konteks pengguanaan dan pengguna yang sulit dijangkau oleh iklan manapun.

Tabel 4.17
Setelah Membeli Dan Puas Akan Merek Merek Yamaha Jupiter MX, Akan Melakukan Pembelian Ulang Produk Motor Yamaha Yang Lain

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	14	14.0
Setuju	47	47.0
Cukup	30	30.0
Tidak Setuju	9	9.0
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Total	100	100.0

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai setelah membeli dan puas akan merek merek yamaha Jupiter MX, akan melakukan pembelian ulang produk motor yamaha yang lain.Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 14 orang (14.0%) menyatakan sangat setuju, 47 orang (47.0%) menyatakan setuju, 30 orang (30.0%) menyatakan cukup, sedangkan 9 orang (9.0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa setelah membeli dan puas akan merek merek yamaha Jupiter MX. Menurut David A.Aaker (1997:58) para pembeli yang puas dengan produk, atau setidaknya tidak mengalami ketidakpuasan. Pada dasarnya, tidak terdapat dimensi ketidakpuasan yang cukup untuk menstimulasi suatu peralihan merek terutama jika peralihan tersebut membutuhkan usaha. Dengan demikian mayoritas responden meyakini bahwa setelah membeli dan puas akan merek merek yamaha Jupiter MX .

Untuk mengetahui tanggapan responden tentang *Brand Equity*dapat dilihat pada table 4.18

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Mengenai Variabel *Brand Equity*

	No	Pernyataan	Bobot	F	f (%)	Skor Total	Jumlah
Kesadaran merek	1	merek yamaha Jupiter MX merupakan merek motor bebek sport yang mudah diingat kembali oleh konsumen	5	34	34.0	170	1208
			4	42	42.0	168	
			3	19	19.0	57	
			2	5	5.0	10	
			1	0	0.0	0	
	2	merek yamaha Jupiter MX merupakan merek motor bebek sport yang paling diingat disetiap produknya	5	27	27.0	135	
			4	48	48.0	192	
			3	24	24.0	72	
			2	1	1.0	2	
			1	0	0.0	0	
	3	merek yamaha Jupiter MX merupakan merek motor bebek sport yang di kenal semua kalangan	5	25	25.0	125	
			4	57	57.0	228	
			3	13	13.0	39	
			2	5	5.0	10	
			1	0	0.0	0	
	4	merek yamaha Jupiter MX merupakan merek motor bebek sport yang memiliki kualitas tinggi dari segi bahan dan desain	5	35	35.0	175	
			4	37	37.0	148	
			3	26	26.0	78	
			2	2	2.0	4	

Kesan kualitas			1	0	0.0	0	780
	5	merek yamaha Jupiter MX mempunyai keunggulan dibandingkan merek motor lainnya	5	19	19.0	95	
			4	43	43.0	172	
			3	32	32.0	96	
			2	6	6.0	12	
			1	0	0.0	0	
Asosiasi merek	6	merek yamaha Jupiter MX dikenal konsumen dengan harga murah	5	25	25.0	125	1127
			4	27	27.0	108	
			3	36	36.0	108	
			2	12	12.0	24	
			1	0	0.0	0	
	7	merek yamaha Jupiter MX mudah diperoleh	5	21	21.0	105	
			4	46	46.0	184	
			3	25	25.0	75	
			2	6	6.0	12	
			1	2	2.0	2	
	8	merek yamaha Jupiter MX memiliki desain yang unik dan menarik	5	19	19.0	95	
			4	54	54.0	216	
			3	19	19.0	57	
			2	8	8.0	16	
			1	0	0.0	0	
	9	menyukai merek yamaha Jupiter MX dibanding dengan merek motor bebek sport	5	29	29.0	145	
			4	43	43.0	172	

Loyalitas merek		lainnya	3	21	21.0	63	1460
			2	5	5.0	10	
			1	2	2.0	2	
	10	Setia menggunakan merek yamaha Jupiter MX	5	14	14.0	70	
			4	29	29.0	116	
			3	41	41.0	123	
			2	12	12.0	24	
			1	4	4.0	4	
	11	akan mengajak orang lain untuk memakai merek yamaha Jupiter MX	5	15	15.0	75	
			4	46	46.0	184	
			3	28	28.0	84	
			2	11	11.0	22	
			1	0	0.0	0	
	12	setelah membeli dan puas akan merek merek yamaha Jupiter MX anda akan melakukan pembelian ulang produk motor yamaha yang lain	5	14	14.0	70	
			4	47	47.0	188	
			3	30	30.0	90	
			2	9	9.0	18	
			1	0	0.0	0	
	Skot total					4575	

Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap variabel *brand equity*, maka dibuat pengkategorian sebagai berikut:

Menghitung jarak interval untuk 12 pertanyaan dengan 100 responden

Nilai Indeks Minimum = Skor Minimum x Jumlah Pertanyaan x Responden (n)

= 1 x 12 x 100

= 1200

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah Pertanyaan x Responden (n)

= 5 x 12 x 100

= 6000

Interval = Nilai Indeks Maksimum - Nilai Indeks Minimum

= 6000 - 1200

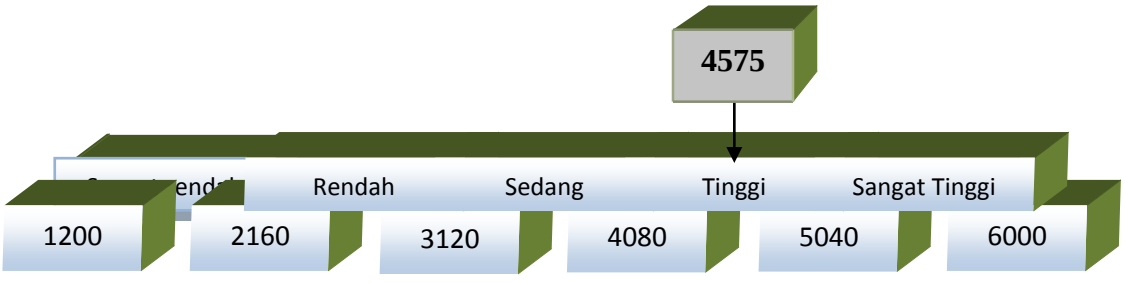
= 4800

Jarak Interval = Interval : Jenjang

= 4800 : 5

= 960

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.2
Garis kontinum *Brand Equity*

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, skor total untuk variabel *brand equity* adalah 4575 yang terletak antara rentang 4080 dan 5040. Dengan demikian variabel *brand equity* di ANEKA JASA MOTOR Bandung berada pada kategori tinggi.

4.2.2.2.Keputusan Pembelian

Pada bagian ini akan disajikan gambaran responden mengenai proses keputusan pembelian konsumen dalam membeli Yamaha Jupiter mx di ANEKA JASA MOTOR Bandung, yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

4.2.2.2.1. Tanggapan Responden Tentang Pengenalan Masalah

Proses pembelian diawali dengan adanya masalah atau kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Berikut ini adalah tanggapan responden yang pernah melakukan pembelian Yamaha Jupiter mx di ANEKA JASA MOTOR Bandung mengenai kebutuhannya akan sepeda motor dari hasil kuesioner yang telah berhasil dikumpulkan dan diolah kembali.

Tabel 4.19
Merasa Mempunyai Kebutuhan / Keinginan Untuk Membeli Merek Motor Yang Ada Di Benak Konsumen

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	25	25.0
Setuju	42	42.0
Cukup	21	21.0
Tidak Setuju	10	10.0
Sangat Tidak Setuju	2	2.0
Total	100	100.0

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai merasa mempunyai kebutuhan / keinginan untuk membeli merek motor yang ada di benak konsumen. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 25 orang (25.0%) menyatakan sangat setuju, 42 orang (42.0%) menyatakan setuju, 21 orang (21.0%) menyatakan cukup, 10 orang (10.0%) menyatakan tidak setuju, sedangkan 2 orang (2.0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan Dengan demikian mayoritas responden menyatakan bahwa konsumen merasa mempunyai kebutuhan / keinginan untuk membeli merek motor yang ada di benak dan setuju bahwa Yamaha Jupiter mx menjadi suatu keperluan dan kebutuhan dalam berkendara. Namun masih terdapat juga responden yang menyatakan tidak setuju bahkan sangat tidak setuju mereka menganggap bahwa motor bukan suatu kebutuhan primer.

4.2.2.2.2. Tanggapan Responden Tentang Pencarian Informasi

Setelah konsumen merasakan adanya kebutuhan sesuatu barang atau jasa, selanjutnya konsumen mencari informasi baik yang disimpan dalam ingatan (internal) maupun informasi yang didapat dari lingkungan (eksternal)., khusunya mengenai yamaha Jupiter mx. Adapun sumber informasi konsumen terbagi dalam empat kelompok yaitu sumber pribadi, sumber niaga, sumber umum, dan sumber pengalaman

Berikut tanggapan responden mengenai proses pencarian informasi akan produk , dari hasil kuesioner yang telah berhasil dikumpulkan dan diolah kembali.

Tabel 4.20
Berusaha Mencari Informasi Lebih Lanjut Mengenai Merek Yamaha Jupiter MX

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	18	18.0
Setuju	49	49.0
Cukup	26	26.0
Tidak Setuju	7	7.0
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Total	100	100.0

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai merek yamaha Jupiter MX. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 18 orang (18.0%) menyatakan sangat setuju, 49 orang (49.0%) menyatakan setuju, 26 orang (26.0%) menyatakan cukup, sedangkan 7 orang

(7.0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa responden berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai merek yamaha Jupiter MX.

Dengan demikian mayoritas konsumen menyatakan bahwa konsumen berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai merek yamaha Jupiter MX diperoleh berada pada kategori tinggi.

4.2.2.2.3. Tanggapan Responden Tentang Evaluasi Alternatif

Setelah informasi diperoleh, konsumen mengevaluasi berbagai alternatif pilihan dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Berikut tanggapan responden mengenai Yamaha Jupiter mx sebagai alternatif pilihan dalam bersepeda motor yang aman dan nyaman, dari hasil kuesioner yang telah berhasil dikumpulkan dan diolah kembali.

Tabel 4.21
Tetap Mencari Informasi Merek Lain Walaupun Telah Mengenal Merek Yamaha Jupiter MX

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	18	18.0
Setuju	49	49.0
Cukup	26	26.0
Tidak Setuju	7	7.0
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Total	100	100.0

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai tetap mencari informasi merek lain walaupun telah mengenal merek yamaha Jupiter MX. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 18 orang (18.0%) menyatakan sangat setuju, 49

orang (49.0%) menyatakan setuju, 26 orang (26.0%) menyatakan cukup, sedangkan 7 orang (7.0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa responden anda tetap mencari informasi merek lain walaupun telah mengenal merek yamaha Jupiter MX.

Dengan demikian mayoritas responden menyatakan bahwa konsumen tetap mencari informasi merek lain walaupun telah mengenal merek yamaha Jupiter MX diperoleh berada pada kategori tinggi.

4.2.2.2.4. Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian

Konsumen yang telah melakukan pilihan terhadap berbagai alternatif biasanya membeli produk yang paling disukai. Berikut tanggapan responden mengenai keyakinan dengan keputusannya bahwa Yamaha Jupiter mx adalah motor terbaik di kelasnya, dari data hasil kuesioner yang diolah kembali.

Tabel 4.22
Membeli Produk Merek Yamaha Jupiter MX Karena Telah Membandingkan Dengan Merek Pesaing

Tanggapan	f	%
Sangat setuju	36	36.0
Setuju	34	34.0
Cukup	20	20.0
Tidak Setuju	10	10.0
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Total	100	100.0

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai membeli produk merek yamaha Jupiter MX karena telah membandingkan dengan merek pesaing. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 36 orang (36.0%) menyatakan sangat setuju, 34 orang (34.0%) menyatakan setuju, 20 orang (20.0%) menyatakan cukup, sedangkan 10 orang (10.0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa responden responden mengenai membeli produk merek yamaha Jupiter MX karena telah membandingkan dengan merek pesaing.

Dengan demikian mayoritas responden menyatakan bahwa membeli produk merek yamaha Jupiter MX karena telah membandingkan dengan merek pesaing di respon tinggi. Karna banyak sekali beredar motor-motor yang menyamai Yamaha Jupiter mx, dan konsumen telah banyak membandingkan dengan Yamaha Jupiter mx.

4.2.2.2.5. Tanggapan Responden Tentang Prilaku Pasca Pembelian

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian selanjutnya. Jika konsumen puas kemungkinan besar akan melakukan pembelian ulang dan begitu juga sebaliknya. Berikut tanggapan responden mengenai kepuasan setelah membeli Yamaha Jupiter mx serta kesediaannya merekomendasikan Yamaha Jupiter mx, dari data hasil kuesioner yang diolah kembali.

Tabel 4.23
Merasa Puas Setelah Menggunakan Produk Merek Yamaha Jupiter MX

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	38	38.0	190
Setuju	4	28	28.0	112
Cukup	3	25	25.0	75
Tidak Setuju	2	5	5.0	10
Sangat Tidak Setuju	1	4	4.0	4
Total		**100**	**100.0**	**391**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai merasa puas setelah menggunakan produk merek yamaha Jupiter MX. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 38 orang (38.0%) menyatakan sangat setuju, 28 orang (28.0%) menyatakan setuju, 25 orang (25.0%) menyatakan cukup, 5 orang (5.0%) menyatakan tidak setuju, sedangkan 4 orang lainnya (4.0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa responden merasa puas setelah menggunakan produk merek yamaha Jupiter MX. Kondisi dimana harapan konsumen mampu dipenuhi oleh produk (kotler & amstrong, 1992). Dengan demikian tanggapan responden merasa puas setelah menggunakan produk merek yamaha Jupiter MX.

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Keputusan Pembelian dapat dilihat pada table 4.24

Tabel 4.24
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Bobot	F	f (%)	Skor Total
1	merasa mempunyai kebutuhan / keinginan untuk membeli merek motor yang ada di benak konsumen	5	25	25.0	125
		4	42	42.0	168
		3	21	21.0	63
		2	10	10.0	20
		1	2	2.0	2
2	berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai merek yamaha Jupiter MX	5	18	18.0	90
		4	49	49.0	196
		3	26	26.0	78
		2	7	7.0	14
		1	0	0.0	0
3	tetap mencari informasi merek lain walaupun telah mengenal merek yamaha Jupiter MX	5	18	18.0	90
		4	49	49.0	196
		3	26	26.0	78
		2	7	7.0	14
		1	0	0.0	0

4	membeli produk merek yamaha Jupiter MX karena telah membandingkan dengan merek pesaing	5	36	36.0	180
		4	34	34.0	136
		3	20	20.0	60
		2	10	10.0	20
		1	0	0.0	0
5	merasa puas setelah menggunakan produk merek yamaha Jupiter MX	5	38	38.0	190
		4	28	28.0	112
		3	25	25.0	75
		2	5	5.0	10
		1	4	4.0	4
Skor total					1921

Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap variabel keputusan pembelian, maka dibuat pengkategorian sebagai berikut:

Menghitung jarak interval untuk 5 pertanyaan dengan 100 responden

Nilai Indeks Minimum = Skor Minimum x Jumlah Pertanyaan x Responden (n)

= 1 x 5 x 100

= 500

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah Pertanyaan x Responden (n)

= 5 x 5 x 100

= 2500

Interval = Nilai Indeks Maksimum - Nilai Indeks Minimum

= 2500 - 500

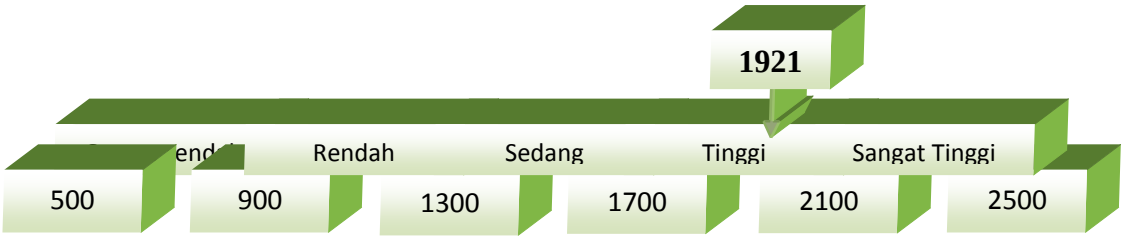
= 2000

Jarak Interval = Interval : Jenjang

= 2000 : 5

= 400

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.3
Garis kontinum keputusan pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, skor total untuk variabel keputusan pembelian adalah 1921 yang terletak antara rentang 1700 dan 2100. Dengan demikian variabel keputusan pembelian di ANEKA JASA MOTOR Bandung berada pada kategori tinggi. Berdasarkan gambar 4.3, jumlah persentase skor tanggapan responden tentang Keputusan Pembelian diperoleh skor sebesar 1921, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor tanggapan responden nilai tersebut termasuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa

tanggapan responden tentang keputusan pembelian konsumen adalah sangat baik. Karena responden merasa yakin membeli sepeda motor Yamaha Jupiter MX di ANEKA JASA MOTOR karena kebanyakan mereka melakukan pembelian ulang disana. Responden juga menyatakan setuju membutuhkan sepeda motor Yamaha karena lokasi yang dekat dengan responden. Yang berikutnya responden menyatakan setuju untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli sepeda motor Yamaha Jupiter MX di ANEKA JASA MOTOR Bandung karena disana memberikan pelayanan yang baik dan cepat. Responden juga merasa puas dengan pembelian sepeda motor Yamaha Jupiter MX di ANEKA JASA MOTOR Bandung karena mereka sudah merasa percaya pada dealer tersebut. Selanjutnya responden menyatkan setuju melkukan pembelian dan mencari informasi lebih lanjut mengenai sepeda motor Yamaha Jupiter MX di ANEKA JASA MOTOR Bandung karena dengan begitu mereka dapat bisa mengetahui lebih rinci untuk sepeda motor tersebut.

4.3.Dampak *Brand Equity* (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Yamaha Jupiter MX (Survey Pada Konsumen di ANEKA JASA MOTOR Bandung)

4.3.1. Korelasi Pearson

Untuk mengetahui kuatnya hubungan antara variabel X dan Y, maka dilakukan perhitungan korelasi pearson. Koefisien korelasi menunjukkan kuat lemahnya hubungan antara variabel X dan Y

Tabel 4.25
Hasil Perhitungan Variabel X dan Y

Responden	X	Y	X^2	Y^2	XY
1	33.792	14.683	1,141.931	215.584	496.168
2	27.208	5.630	740.263	31.697	153.180
3	31.119	10.965	968.406	120.221	341.208
4	34.951	15.550	1,221.556	241.812	543.495
5	36.671	15.550	1,344.778	241.812	570.248
6	31.877	10.965	1,016.174	120.221	349.522
7	34.455	14.785	1,187.137	218.609	509.430
8	25.960	5.000	673.899	25.000	129.798
9	31.917	12.885	1,018.692	166.031	411.259
10	38.293	16.604	1,466.370	275.677	635.802
11	32.908	12.822	1,082.922	164.393	421.930
12	35.881	14.767	1,287.474	218.066	529.862
13	45.131	21.394	2,036.779	457.717	965.541
14	41.092	17.720	1,688.569	314.014	728.172
15	43.306	17.720	1,875.403	314.014	767.401
16	42.723	19.494	1,825.295	380.021	832.857
17	35.981	15.820	1,294.600	250.281	569.222
18	44.637	21.394	1,992.454	457.717	954.977
19	30.880	9.955	953.574	99.103	307.411
20	36.179	15.820	1,308.884	250.281	572.353
21	32.960	12.885	1,086.336	166.031	424.694
22	35.098	14.785	1,231.877	218.609	518.941

23	38.160	16.667	1,456.159	277.797	636.016
24	34.226	13.566	1,171.447	184.032	464.311
25	28.950	8.618	838.086	74.270	249.488
26	38.992	16.604	1,520.337	275.677	647.396
27	38.391	16.667	1,473.895	277.797	639.877
28	39.263	16.667	1,541.595	277.797	654.408
29	34.951	14.785	1,221.556	218.609	516.763
30	28.158	6.535	792.882	42.702	184.005
31	29.795	8.618	887.735	74.270	256.772
32	34.455	13.566	1,187.137	184.032	467.410
33	34.439	14.002	1,186.070	196.061	482.227
34	35.889	15.902	1,288.046	252.886	570.726
35	36.179	15.820	1,308.884	250.281	572.353
36	39.548	16.604	1,564.066	275.677	656.640
37	42.392	17.720	1,797.121	314.014	751.214
38	36.141	15.820	1,306.159	250.281	571.757
39	45.131	21.394	2,036.779	457.717	965.541
40	32.908	12.513	1,082.922	156.566	411.763
41	37.359	15.550	1,395.718	241.812	580.948
42	32.836	11.748	1,078.210	138.011	385.752
43	31.877	10.965	1,016.174	120.221	349.522
44	27.975	5.905	782.588	34.865	165.182
45	45.998	21.394	2,115.799	457.717	984.092
46	37.359	15.550	1,395.718	241.812	580.948
47	37.359	15.820	1,395.718	250.281	591.034

48	39.985	16.604	1,598.807	275.677	663.893
49	43.737	20.341	1,912.910	413.761	889.655
50	42.566	17.720	1,811.863	314.014	754.288
51	44.141	20.341	1,948.444	413.761	897.881
52	37.752	15.550	1,425.184	241.812	587.049
53	46.609	21.394	2,172.365	457.717	997.160
54	40.072	16.667	1,605.758	277.797	667.888
55	39.548	16.604	1,564.066	275.677	656.640
56	42.566	17.720	1,811.863	314.014	754.288
57	46.609	21.394	2,172.365	457.717	997.160
58	43.737	20.277	1,912.910	411.173	886.869
59	42.392	19.576	1,797.121	383.230	829.886
60	34.873	14.785	1,216.117	218.609	515.611
61	35.709	14.785	1,275.116	218.609	527.970
62	37.359	15.951	1,395.718	254.431	595.915
63	33.115	12.513	1,096.629	156.566	414.361
64	28.500	7.243	812.230	52.460	206.421
65	34.226	14.002	1,171.447	196.061	479.245
66	31.928	11.748	1,019.427	138.011	375.089
67	35.108	14.767	1,232.542	218.066	518.435
68	32.680	11.729	1,068.009	137.578	383.321
69	32.204	11.748	1,037.127	138.011	378.331
70	42.392	18.886	1,797.121	356.678	800.620
71	32.204	10.965	1,037.127	120.221	353.107
72	37.465	15.550	1,403.607	241.812	582.588

73	27.208	5.905	740.263	34.865	160.653
74	44.042	18.886	1,939.692	356.678	831.772
75	39.244	16.986	1,540.060	288.515	666.581
76	34.758	13.630	1,208.119	185.765	473.737
77	30.783	9.362	947.592	87.652	288.199
78	34.167	13.566	1,167.374	184.032	463.503
79	39.342	16.986	1,547.772	288.515	668.248
80	32.581	10.965	1,061.547	120.221	357.240
81	38.322	15.820	1,468.602	250.281	606.270
82	44.279	20.341	1,960.639	413.761	900.686
83	38.936	16.667	1,516.036	277.797	648.960
84	44.135	19.576	1,947.917	383.230	864.002
85	34.688	12.513	1,203.234	156.566	434.034
86	40.469	17.068	1,637.744	291.311	690.719
87	34.535	13.630	1,192.694	185.765	470.703
88	31.452	11.748	989.239	138.011	369.493
89	40.958	17.068	1,677.547	291.311	699.062
90	39.025	15.902	1,522.932	252.886	620.587
91	40.582	16.604	1,646.867	275.677	673.797
92	46.609	21.394	2,172.365	457.717	997.160
93	30.715	8.732	943.426	76.252	268.213
94	34.921	14.785	1,219.494	218.609	516.326
95	41.074	16.667	1,687.074	277.797	684.590
96	46.319	21.394	2,145.487	457.717	990.973
97	48.481	21.394	2,350.368	457.717	1,037.210

98	38.082	15.550	1,450.217	241.812	592.182
99	44.141	19.224	1,948.444	369.569	848.578
100	44.141	19.224	1,948.405	369.569	848.569
Jumlah	3,723.217	1,516.646	141,361.200	24,545.151	58,455.333

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Dari data yang sudah ditransformasi ke dalam skala interval, didapatkan perhitungan sebagai berikut:

$\sum X = 3,723.217$ $\sum Y = 1,516.646$

$\sum X^2 = 141,361.200$ $\sum Y^2 = 24,545.151$

$\sum XY = 58,455.333$

Rumus untuk menghitung korelasi pearson adalah :

$$r = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r = \frac{(100)(58,455.333) - (3,723.217)(1,516.646)}{\sqrt{(100)(141,361.200) - (3,723.217)^2 \quad (100)(24,545.151) - (1,516.646)^2}}$$

$= 0,967$

Kriteria kuat lemahnya hubungan dikemukakan oleh Sugiyono (2001:183)

Tabel 4.26
Kriteria kuat lemahnya hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 - 0.199	Sangat Rendah
0.20 - 0.399	Rendah
0.40 - 0.599	Sedang
0.60 - 0.799	Kuat
0.80 - 1.000	Sangat Kuat

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Jika dilakukan perhitungan dengan menggunkan software *SPSS 13.0 for window*, maka output yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Table 4.27
Korelasi person *brand equity* dan keputusan pembelian

Correlations

		Brand Equity	Keputusan Pembelian
Brand Equity	Pearson Correlation	1	.967**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.967**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas hubungan dapat kita ketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,967 termasuk pada kategori sangat kuat. Ini berarti terdapat hubungan yang sangat kuat antara *Brand Equity* (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Yamaha Jupiter MX (Survey Pada Konsumen di ANEKA JASA MOTOR Bandung).

4.3.2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Berikut ini adalah data dari variabel Brand Equity (X) dan Keputusan Pembelian (Y) yang telah memiliki skala interval melalui methode succesive interval:

Table 4.28
Skala interval variable brand equity dan keputusan pembelian

Resp	X	Y	X^2	Y^2	XY
1	33.792	14.683	1,141.931	215.584	496.168
2	27.208	5.630	740.263	31.697	153.180
3	31.119	10.965	968.406	120.221	341.208
4	34.951	15.550	1,221.556	241.812	543.495
5	36.671	15.550	1,344.778	241.812	570.248
6	31.877	10.965	1,016.174	120.221	349.522
7	34.455	14.785	1,187.137	218.609	509.430
8	25.960	5.000	673.899	25.000	129.798
9	31.917	12.885	1,018.692	166.031	411.259
10	38.293	16.604	1,466.370	275.677	635.802
11	32.908	12.822	1,082.922	164.393	421.930
12	35.881	14.767	1,287.474	218.066	529.862
13	45.131	21.394	2,036.779	457.717	965.541
14	41.092	17.720	1,688.569	314.014	728.172
15	43.306	17.720	1,875.403	314.014	767.401
16	42.723	19.494	1,825.295	380.021	832.857
17	35.981	15.820	1,294.600	250.281	569.222
18	44.637	21.394	1,992.454	457.717	954.977
19	30.880	9.955	953.574	99.103	307.411
20	36.179	15.820	1,308.884	250.281	572.353
21	32.960	12.885	1,086.336	166.031	424.694
22	35.098	14.785	1,231.877	218.609	518.941
23	38.160	16.667	1,456.159	277.797	636.016
24	34.226	13.566	1,171.447	184.032	464.311
25	28.950	8.618	838.086	74.270	249.488
26	38.992	16.604	1,520.337	275.677	647.396
27	38.391	16.667	1,473.895	277.797	639.877
28	39.263	16.667	1,541.595	277.797	654.408
29	34.951	14.785	1,221.556	218.609	516.763

30	28.158	6.535	792.882	42.702	184.005
31	29.795	8.618	887.735	74.270	256.772
32	34.455	13.566	1,187.137	184.032	467.410
33	34.439	14.002	1,186.070	196.061	482.227
34	35.889	15.902	1,288.046	252.886	570.726
35	36.179	15.820	1,308.884	250.281	572.353
36	39.548	16.604	1,564.066	275.677	656.640
37	42.392	17.720	1,797.121	314.014	751.214
38	36.141	15.820	1,306.159	250.281	571.757
39	45.131	21.394	2,036.779	457.717	965.541
40	32.908	12.513	1,082.922	156.566	411.763
41	37.359	15.550	1,395.718	241.812	580.948
42	32.836	11.748	1,078.210	138.011	385.752
43	31.877	10.965	1,016.174	120.221	349.522
44	27.975	5.905	782.588	34.865	165.182
45	45.998	21.394	2,115.799	457.717	984.092
46	37.359	15.550	1,395.718	241.812	580.948
47	37.359	15.820	1,395.718	250.281	591.034
48	39.985	16.604	1,598.807	275.677	663.893
49	43.737	20.341	1,912.910	413.761	889.655
50	42.566	17.720	1,811.863	314.014	754.288
51	44.141	20.341	1,948.444	413.761	897.881
52	37.752	15.550	1,425.184	241.812	587.049
53	46.609	21.394	2,172.365	457.717	997.160
54	40.072	16.667	1,605.758	277.797	667.888
55	39.548	16.604	1,564.066	275.677	656.640
56	42.566	17.720	1,811.863	314.014	754.288
57	46.609	21.394	2,172.365	457.717	997.160
58	43.737	20.277	1,912.910	411.173	886.869
59	42.392	19.576	1,797.121	383.230	829.886
60	34.873	14.785	1,216.117	218.609	515.611
61	35.709	14.785	1,275.116	218.609	527.970
62	37.359	15.951	1,395.718	254.431	595.915
63	33.115	12.513	1,096.629	156.566	414.361
64	28.500	7.243	812.230	52.460	206.421
65	34.226	14.002	1,171.447	196.061	479.245
66	31.928	11.748	1,019.427	138.011	375.089

67	35.108	14.767	1,232.542	218.066	518.435
68	32.680	11.729	1,068.009	137.578	383.321
69	32.204	11.748	1,037.127	138.011	378.331
70	42.392	18.886	1,797.121	356.678	800.620
71	32.204	10.965	1,037.127	120.221	353.107
72	37.465	15.550	1,403.607	241.812	582.588
73	27.208	5.905	740.263	34.865	160.653
74	44.042	18.886	1,939.692	356.678	831.772
75	39.244	16.986	1,540.060	288.515	666.581
76	34.758	13.630	1,208.119	185.765	473.737
77	30.783	9.362	947.592	87.652	288.199
78	34.167	13.566	1,167.374	184.032	463.503
79	39.342	16.986	1,547.772	288.515	668.248
80	32.581	10.965	1,061.547	120.221	357.240
81	38.322	15.820	1,468.602	250.281	606.270
82	44.279	20.341	1,960.639	413.761	900.686
83	38.936	16.667	1,516.036	277.797	648.960
84	44.135	19.576	1,947.917	383.230	864.002
85	34.688	12.513	1,203.234	156.566	434.034
86	40.469	17.068	1,637.744	291.311	690.719
87	34.535	13.630	1,192.694	185.765	470.703
88	31.452	11.748	989.239	138.011	369.493
89	40.958	17.068	1,677.547	291.311	699.062
90	39.025	15.902	1,522.932	252.886	620.587
91	40.582	16.604	1,646.867	275.677	673.797
92	46.609	21.394	2,172.365	457.717	997.160
93	30.715	8.732	943.426	76.252	268.213
94	34.921	14.785	1,219.494	218.609	516.326
95	41.074	16.667	1,687.074	277.797	684.590
96	46.319	21.394	2,145.487	457.717	990.973
97	48.481	21.394	2,350.368	457.717	1,037.210
98	38.082	15.550	1,450.217	241.812	592.182
99	44.141	19.224	1,948.444	369.569	848.578
100	44.141	19.224	1,948.405	369.569	848.569
Jumlah	3,723.217	1,516.646	141,361.200	24,545.151	58,455.333

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Untuk mengetahui **“ Dampak *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX (Survey Pada Konsumen di ANEKA JASA MOTOR Bandung) ”**, maka kita menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan model sebagai berikut :

Y = a + bX

Dimana : Y = Keputusan Pembelian

X = Brand Equity

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Dengan:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

dan

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh :

n = 100

Σ X = 3,723.217

Σ Y = 1,516.646

Σ XY = 58,455.333

ΣX^2 = 141,361.200

ΣY^2 = 24,545.151

Sehingga didapatkan nilai a dan b sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{(1{,}516.646)(141{,}361.200) - (3{,}723.217)(58{,}455.333)}{(100)(141{,}361.200) - (3{,}723.217)^2}$$

$$a = -11{,}859$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{(100)(58{,}455.333) - (3{,}723.217)(1{,}516.646)}{(100)(141{,}361.200) - (3{,}723.217)^2}$$

$$b = 0{,}726$$

Diperoleh model regresi sebagai berikut:

Y = -11,859 + 0,726 X

Jika dilakukan perhitungan dengan menggunkan software *SPSS 17.0 for window*, maka output yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Tebel 4.29
Koefisien Regresi Linier Sederhana Brand Equity Dan Keputusan Pembelian

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11.859	.727		-16.304	.000
	x	.726	.019	.967	37.520	.000

a. Dependent Variable: y

4.3.3. Analisis Koefisien Determinasi

Setelah diketahui adanya hubungan antara *Brand Equity* (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Yamaha Jupiter MX (Survey Pada Konsumen di ANEKA JASA MOTOR Bandung) dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

Besar koefisien determinasi dihitung dengan rumus:

$$KD = r_{xy}^2 \times 100\ \%$$

dimana:

r_{xy} = Koefisien Korelasi Pearson

maka:

$KD = (0.967)^2 \times 100\ \% = 93{,}49\%$

Tabel 4.30
Hubungan Antara *Brand Equity* (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Koefisien korelasi	Koefisien Determinasi
X dan Y	0.967	93,49%

Dari tabel di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 93.49%. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 93,49% keputusan pembelian disebabkan oleh *brand equity*. Sedangkan sisanya sebesar 6,51% keputusan pembelian merek disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis diantaranya promosi penjualan, selera konsumen dan lain-lain.

4.3.4. Hasil Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis, yaitu menentukan ada tidaknya dampak *brand equity* (X) sebagai variabel bebas terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli yamaha Jupiter MX (Y) sebagai variabel tidak bebas. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, berdasarkan perumusan hipotesis adalah sebagai berikut:

Hipotesis :

H_0: $\rho = 0$ (Tidak terdapat dampak yang signifikan antara *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX (Survey Pada Konsumen di ANEKA JASA MOTOR Bandung)).

H_1: $\rho \neq 0$ (Terdapat dampak yang signifikan antara *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX (Survey Pada Konsumen di ANEKA JASA MOTOR Bandung)).

$\alpha = 0,05$

Statistik uji yang digunakan adalah statistik t sebagai berikut:

$$t = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_{xy}^{2}}}$$

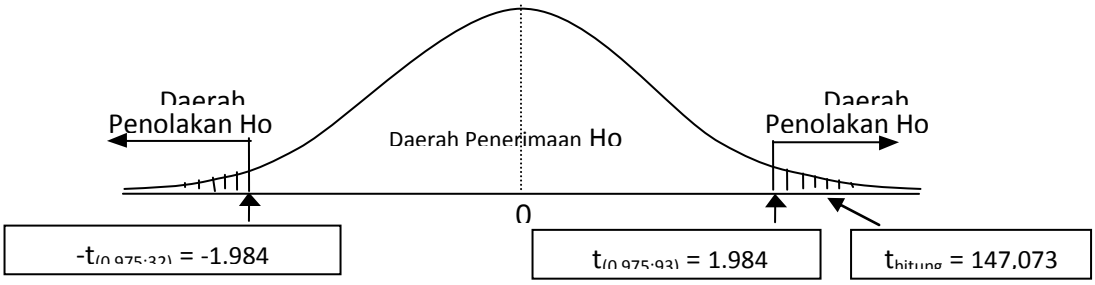
$$= \frac{0.967\sqrt{100-2}}{\sqrt{1-(0.967)^{2}}}$$

= 147,073

dengan dk = 100 - 2 = 98 dan $\alpha = 0,05$, untuk tes dua sisi. Dalam tabel t didapatkan nilai = 1,984.

Kriteria Uji : Tolak H_0 jika nilai t hitung > t tabel (dk = n-2) atau t hitung < - t tabel (dk = n-2), terima H_0 dalam hal lainnya.

Berdasarkan hasil diatas didapatkan bahwa t hitung (147,073) > t tabel (1,984). Maka H_0 ditolak.



Gambar 4.4
Hasil uji t

Kesimpulan :

Berdasarkan uji hipotesis diatas menunjukan bahwa nilai t_{hitung} = 147.073 dimana nilai t_{tabel} =1.984 Sehingga terbukti bahwa terdapat hubungan signifikan antara *brand equity* dengan keputusan pembelian konsumen. Maka H_0 ditolak dan H_1

diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 147.073 > 1.984. Sesuai dengan uji signifikansi dengan ketentuan :

Jika – *t tabel* < *t hitung* < *t tabel*, maka H_0 diterima

Jika *t hitung* > *t tabel*, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika *t hitung* < - *t tabel*, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Berdasarkan dari tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui seberapa besar dampak *brand equity* yang dilakukan Yamaha Jupiter mx terhadap keputusan pembelian konsumen, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *brand equity* dengan keputusan pembelian konsumen Yamaha Jupiter mx di ANEKA JASA MOTOR Bandung.

Dari hasil perhitungan diatas dapat terlihat bahwa *t* hitung jatuh didaerah penolakan, maka H_1 diterima artinya ada pengaruhnya yang signifikan antara pelaksanaan *brand equity* terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli Yamaha Jupiter mx. Berarti semakin baik pelaksanaan *brand equity* yang diberikan akan memberikan pengaruh yang baik pula terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli Yamaha Jupiter mx.

Pada dasarnya konsumen membutuhkan suatu pelaksanaan *brand equity* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang memproduksi motor khususnya pada bebek sport. dampak *brand equity* akan membantu perusahaan untuk mendapatkan konsumen. Selain itu juga dampak *brand equity* secara tidak langsung dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian

Dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau dengan taraf kepercayaan sebesar 95%, Terdapat dampak yang signifikan antara dampak yang signifikan antara *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX (Survey Pada Konsumen di ANEKA JASA MOTOR Bandung dengan arah hubungan positif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *Brand Equity* maka Keputusan Pembelian pun akan semakin tinggi pula.