BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan

Aneka Jasa Motor Bandung 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.

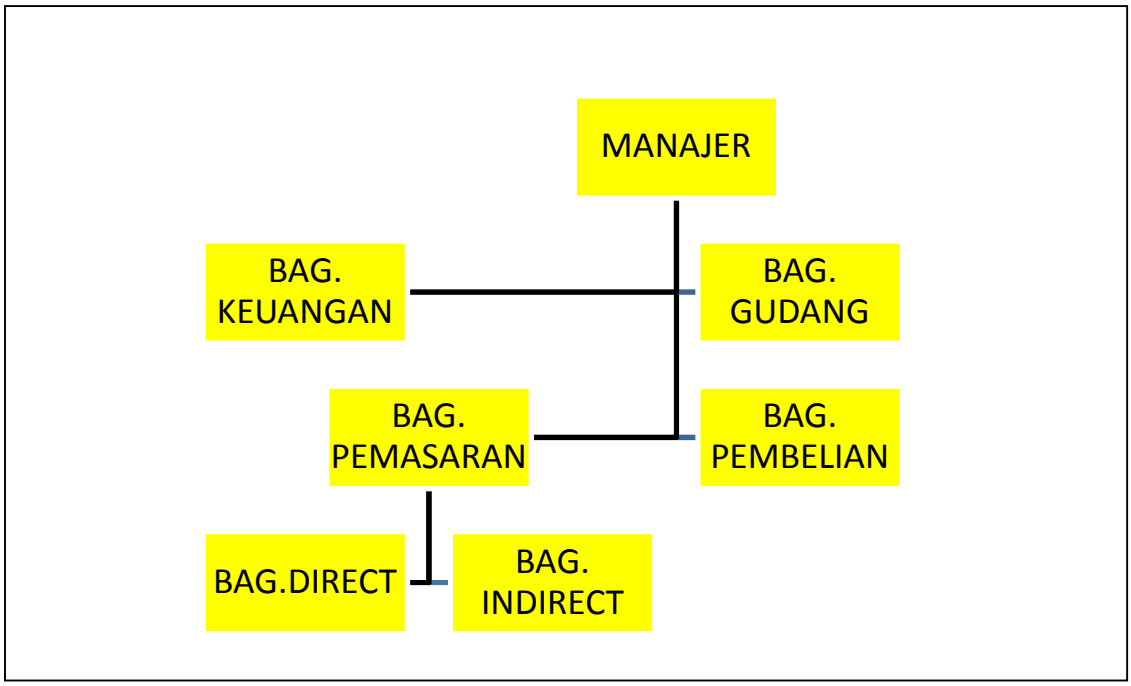
Aneka Jasa Motor berlokasi di JL.Ibu Inggit Ganarsih. Ciatel,No.48 Bandung. Jumlah karyawan pada saat itu hanya berjumlah 50 orang saja. Sampai saat ini kami terus berusaha mengembangkan pelayanan kami untuk penjualan dan servis sepeda motor Yamaha. Baik dalam hal penjualan, maupun dalam hal layanan purna jual. Guna memberikan layanan yang 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 PT. Aneka Jasa Motor yang berlokasi di JL.Ibu Inggit Ganarsih Ciatel,No.48 Bandung ini dapat dilihat pada gambar 4.1 di bawah ini.



Sumber PT. Aneka Jasa Motor Bandung

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. Aneka Jasa Motor Bandung

4.1.3 Deskripsi Jabatan PT. Aneka Jasa Motor Bandung

Untuk menunjang efektifitas dan efisiensi dalam menjalankan tugas maka disusunlah suatu struktur organisasi perusahaan, untuk mempermudah dalam

pengendalian tugas pokok karyawan dalam bidang SDM. Adapun penjelasan struktur organisasi Aneka Jasa Motor adalah:

1. Manajer

Merupakan pimpinan selaku pemilik perusahaan yang mempunyai jabatan struktural yang paling atas di PT. 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.

A. 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
f.

B. 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

PT. Aneka Jasa Motor Bandung adalah salah satu dealer resmi sepeda motor Yamaha yang berada di Bandung. Aktivitas dalam usahanya yaitu menjual sepeda motor Yamaha. Untuk menunjang usahanya pun PT. Aneka Jasa Motor Bandung menyediakan jasa *service* dan penjualan suku cadang sepeda motor Yamaha. Ada macam-macam sepeda motor Yamaha yang dijual disana, seperti Yamaha Vega R, Yamaha Vega ZR, Yamaha Jupiter Z, dan Jupiter MX dimodel bebek, Yamaha Nouvo, dan Yamaha Mio di model matic dan Yamaha RX King, Yamaha Scorpio, dan Yamaha Vixion di model sports yang tersedia di PT. Aneka Jasa Motor selaku daeler resmi Yamaha.

4.2 Pembahasan Penelitian

Bagian ini merupakan hasil pembahasan dari penelitian yang telah penulis lakukan yaitu pengolahan data yang diperoleh dari perusahaan langsung ataupun melalui hasil pengolahan kuisioner yang disebar kepada 80 responden sebagai sampel.

4.2.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah para konsumen yang telah membeli sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor Bandung dan terkumpul data primer yang diambil dari 80 responden sebagai sampel. Berikut ini adalah karakteristik responden yang mencakup jenis kelamin, usia, banyak anak yang dimiliki berusia diatas 15 thn, dan pengeluaran rata-rata perbulan.

Karakteristik dari masing-masing responden tersebut dapat dilihat tabel-tabel berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-Laki	**68**	**86%**
Perempuan	**12**	**14%**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dari tabel 4.1 menunjukan sebesar 86% terdiri dari responden laki-laki dan 14% terdiri dari responden wanita. Hal ini menunjukan mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki. Dengan demikian mayoritas laki-laki lebih mengetahui secara rinci mengenai sepeda motor, sedangkan wanita biasanya sebagai pemberi masukan dan ikut mendukung.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
20-29	6	8%
30-39	27	34%
40-49	36	45%
>50	11	14%

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dari tabel 4.2 menunjukan sebesar 8% terdiri dari responden yang berusia 20-29 tahun, 34% terdiri dari responden yang berusia 30-39 tahun, 45% terdiri dari responden yang berusia 40-49, dan 14% terdiri dari responden yang berusia >50 tahun. Hal ini menunjukan mayoritas responden dalam penelitian ini adalah yang berusia 40-49 tahun. Hasil tersebut dikarenakan responden pada usia 40-49 tahun lebih mempunyai pengalaman dalam mencari sepeda motor dan merupakan usia yang menunjukan seseorang sudah mapan dalam ekonominya. Selain itu, umur seseorang akan mempengaruhi perilaku pembeliannya. Sedangkan

konsumen yang paling sedikit berusia 20-29 tahun karena pada usia tersebut biasanya seseorang belum dalam keadaan mapan dalam ekonomi.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anak Yang Dimiliki Brusia Diatas 15 Tahun

Jumlah anak	Jumlah Responden	Presentase
1	11	14%
2	40	50%
3	18	23%
>4	11	14%

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dari tabel 4.3 menunjukan sebesar 14% terdiri dari responden yang mempunyai 1 anak berusia diatas 15 tahun, 50% terdiri dari responden yang mempunyai 2 anak berusia diatas 15 tahun, 23% terdiri dari responden yang mempunyai 3 anak berusia diatas 15 tahun, dan 14% terdiri dari responden yang mempunyai anak >4 anak berusia diatas 15 tahun. Hal ini menunjukan mayoritas responden dalam table 4.3 adalah yang memiliki 2 orang anak yang berusia diatas 15 tahun. Alasan tersebut dikarenakan dengan 2 orang anak yang telah mereka miliki membuat mereka menambah alat transportasi sepeda motor yang baru agar ke dua anaknya tidak saling berebut dalam mengunakan sepeda motor tersebut.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
PNS	16	20%
Pelajar/Mahasiswa	0	0%
Pegawai swasta	64	80%
Lainnya	0	0%

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukan sebesar 80% terdiri dari responden yang pekerjaannya sebagai pekerja swasta dan 20% terdiri dari responden yang

pekerjaannya sebagai pegawai negri. Hal ini menunjukan mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pegawai swasta. Karena pekerja swasta lebih banyak mendatangi dealer motor secara.. Sedangkan yang paling sedikit adalah PNS karena mereka biasanya menggunakan koperasi yang berada dikantor untuk membeli sepeda motor.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-Rata Sebulan

Pengeluaran sebulan	Jumlah Responden	Presentase
< Rp. 2.000.000,00	14	18%
Rp. 2.000.000 – 3.000.000	14	18%
Rp. 4.000.000 – 5.000.000	36	48%
>Rp. 5.000.000,00	16	20%

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Hasil tabel 4.5 menunjukan sebesar 18% menyatakan pengeluaran rata-rata perbulan <Rp. 2.000.000, 18% terdiri menyatakan pengeluaran rata-rata sebulan Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000, 48% terdiri dari responden yang pengeluaran rata-rata sebulan Rp. 4.000.000-Rp. 5.000.000, dan 20% terdiri dari responden yang pengeluaran rata-rata sebulan >Rp. 5.000.000. Hal ini menunjukan mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pengeluaran rata-rata sebulan Rp. 4.000.000,00 - Rp. 5.000.000,00. Dalam hal ini mereka mempunyai kekuatan ekonomi yang baik.

4.2.2 Hasil Analisis

4.2.2.1 Tanggapan Konsumen Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor Bandung Terhadap Peran Keluarga Inti

Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai tanggapan konsumen sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor Bandung terhadap Peran keluarga inti yang dilakukan suami/istri dan anak yang melakukan peran pengumpul informasi, penilai informasi, pembuat keputusan, yang melaksanakan pembelian, dan yang memakai produk tersebut.

4.2.2.1.1 Tanggapan Konsumen Terhadap Peran Suami/Istri

Berikut ini merupakan tanggapan konsumen sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor Bandung mengenai peran suami/istri dalam mengumpulkan informasi, menilai informasi, mengambil keputusan, melaksanakan pembelian, dan menjadi pengguna produk.

Tabel 4.6
Suami/Istri Mengumpulkan Informasi Tentang Produk Sepeda Motor

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	23	29%
Setuju	54	68%
Cukup Setuju	2	3%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**80**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui tanggapan responden mengenai suami/istri mengumpulkan informasi tentang produk sepeda motor, yang

menyatakan sangat setuju sebanyak 29%, yang menyatakan setuju sebanyak 68%, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 3%, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1%. Hal ini menunjukan mayoritas responden menyatakan setuju suami atau istri mengumpulkan informasi tentang sepeda motor, dikarenakan Suami/Istri dinilai lebih bisa menilai suatu produk sepeda motor dan dapat menyesuaikannya dengan keadaan ekonomi keluarga. Tetapi ada juga sebagian kecil yang menjawab tidak setuju, itu dikarenakan suami/istri mempunyai kesibukan yang padat dan lebih mengandalkan anaknya yang mengumpulkan informasi.

Tabel 4.7
Suami/Istri Yang Menilai Informasi Tentang Produk Sepeda Motor

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	21	26%
Setuju	46	58%
Cukup Setuju	12	15%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**12**	**100%**

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui tanggapan responden mengenai suami/istri yang menilai informasi tentang produk sepeda motor, yang menyatakan sangat setuju sebesar 26%, yang menyatakan setuju sebesar 58%, yang menyatakan cukup setuju sebesar 15%, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%. Maka mayoritas responden menyatakan setuju suami/istri yang menilai informasi tentang sepeda motor, karena suami/istri dinilai lebih matang untuk menilai informasi yang masuk kedalam lingkungan keluarga. Tetapi ada sebagian kecil yang menyatakan tidak setuju, dikarenakan pengetahuan suami/istri yang kurang banyak untuk menilai suatu produk sepeda motor.

Tabel 4.8
Suami/Istri Sebagai Pengambil Keputusan Dalam Membeli Sepeda Motor

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	33	41%
Setuju	41	51%
Cukup Setuju	5	6%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**80**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui tanggapan responden mengenai suami/istri sebagai pengambil keptusan dalam membeli sepeda motor, yang menyatakan sangat setuju sebesar 41%, yang menyatakan setuju sebesar 51%, yang menyatakan cukup setuju sebesar 6%, dan yang menyatakan tidak setuju sebesar 1%. Maka mayoritas responden menyatakan setuju suami/istri sebagai pengambil keputusan dalam membeli sepeda motor. Hasil tersebut karena suami/istri memiliki dominasi yang tinggi dalam keluarga untuk membuat keputusan dan juga memiliki kekuatan financial. Ada juga yang menyatakan tidak setuju, responden lebih menyerahkan keputusan kepada anak karena ingin menyesuaikan dengan keinganan anaknya.

Tabel 4.9
Suami/Istri Yang Melaksanakan Pembelian Sepeda Motor

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	47	59%
Setuju	32	40%
Cukup Setuju	0	0%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**80**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui tanggapan responden mengenai suami/istri yang melaksanakan pembelian sepeda motor, yang menyatakan sangat

setuju sebesar 59%, yang menyatakan setuju sebesar 40%, dan yang menyatakan tidak setuju sebesar 1%. Mayoritas responden menyatakan sangat setuju suami/istri yang melaksanakan pembelian sepeda motor, dikarenakan suami/istri yang mempunyai faktor ekonomi untuk membeli sepeda motor. Ada juga yang menjawab tidak setuju, dikarenakan kesibukan kerja membuat responden menyerahkan pelaksanaan pembelian kepada anak atau saudara kandung.

Tabel 4.10
Suami/Istri Yang Menggunakan Sepeda Motor Tersebut

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	29	36%
Setuju	32	40%
Cukup Setuju	0	0%
Tidak Setuju	19	24%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**80**	**100**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat tanggapan responden mengenai suami/istri yang menggunakan sepeda motor tersebut, yang menyatakan sangat setuju sebesar 36%, yang menyatakan setuju sebesar 40%, dan yang menyatakan tidak setuju sebesar 24%. Maka mayoritas responden menyatakan setuju suami/istri yang menggunakan sepeda motor tersebut, dikarenakan suami/istri membutuhkan sepeda motor untuk menunjang kegiatan sehari-harinya. Tetapi ada juga yang menyatakan tidak setuju, dikarenakan sepeda motor yang mereka beli akan diberikan untuk anaknya.

4.2.2.1.2 Tanggapan Konsumen Terhadap Peran Anak

Berikut ini merupakan tanggapan konsumen sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor Bandung mengenai peran anak dalam mengumpulkan informasi, menilai informasi, mengambil keputusan, melaksanakan pembelian, dan menjadi pengguna produk.

Tabel 4.11
Anak Mengumpulkan Informasi Tentang Produk Sepeda Motor

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	10	13%
Setuju	49	61%
Cukup Setuju	21	26%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**80**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui responden menyatakan sangat setuju sebesar 13%, yang menyatakan setuju sebesar 61%, yang menyatakan cukup setuju sebesar 26%. Hasil tersebut menunjukan mayoritas responden menyatakan setuju anak mengumpulkan informasi tentang sepeda motor, karena anak dapat ikut membantu orang tua untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan.

Tabel 4.12
Anak Yang Menilai Informasi Tentang Produk Sepeda Motor

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	9	11%
Setuju	46	58%
Cukup Setuju	23	29%
Tidak Setuju	2	3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**80**	**100%**

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 11%, yang menyatakan setuju sebesar 58%, yang menyatakan cukup setuju sebesar 29%, dan yang menyatakan tidak setuju sebesar 3%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan setuju anak yang menilai informasi tentang sepeda motor, karena seorang anak lebih cepat mengetahui perkembangan tentang sepeda motor, dan minoritas menyatakan tidak setuju, dikarenakan seorang anak dinilai tidak bisa menyesuaikan dengan keadaan ekonomi keluarga.

Tabel 4.13
Anak Sebagai Pengambil Keputusan Dalam Membeli Sepeda Motor

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	6	8%
Setuju	23	29%
Cukup Setuju	51	64%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**80**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 8%, yang menyatakan setuju sebesar 29%, yang menyatakan cukup setuju sebesar 64%. Ini menunjuakan mayoritas responden menyatakan kurang setuju anak sebagai pengambil keputusan dalam membeli sepeda motor, karena seorang anak belum mempunyai kekuatan financial. Tetapi minoritas menyatakan sangat setuju karena sepeda motor tersebut menyesuaikan keinginan anak.

Tabel 4.14
Anak Yang Melaksanakan Pembelian Sepeda Motor

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	5	6%
Setuju	21	26%
Cukup Setuju	52	65%
Tidak Setuju	2	3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**80**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 6%, yang menyatakan setuju sebesar 26%, yang menyatakan cukup setuju sebesar 65%, dan yang menyatakan tidak setuju hanya 3%. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan cukup setuju anak yang melaksanakan pembelian sepeda motor dengan presentase 65%, karena seorang anak dinilai belum mampu dalam faktor ekonomi. Tetapi ada juga sebagian kecil yang menyatakan tidak setuju karena dinilai belum cukup dewasa untuk melaksanakan pembelian sepeda motor.

Tabel 4.15
Anak Yang Menggunakan Sepeda Motor Tersebut

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	18	23%
Setuju	49	61%
Cukup Setuju	13	16%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**80**	**100**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.15 responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 23%, yang menyatakan setuju sebesar 61%, dan yang menyatakan cukup setuju sebesar 16%. Maka mayoritas responden menyatakan setuju anak yang

menggunakan sepeda motor tersebut, dikarenakan sepeda motor tersebut selain digunakan oleh orang tua juga dapat digunakan oleh anaknya. Tetapi ada minoritas yang menyatakan cukup setuju dikarenakan anaknya belum layak menggunakan sepeda motor karena belum mempunyai surat ijin mengemudi dan faktor keamanan.

Untuk mengetahui bagaimana Peran Keluarga Inti, maka dapat dilihat pada tabel 4.16 di bawah ini:

Tabel 4.16
Akumulasi jawaban Responden Tentang Peran Keluarga Inti

Status	Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensinya					Skor Total	Skor Menurut Status
		5	4	3	2	1		
Suami/Istri	1	23	54	2	1	0	340	**1719**
	3	21	46	12	1	0	330	
	5	33	41	5	1	0	358	
	7	47	32	0	1	0	372	
	9	29	32	0	19	0	319	
Anak	2	10	49	21	0	0	331	**1526**
	4	9	46	23	2	0	306	
	6	6	23	51	0	0	281	
	8	5	21	52	2	0	277	
	10	18	49	13	0	0	331	
Jumlah Skor Total							**3245**	
Kriteria							**Berperan**	

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Untuk mengkatagorikan penilaian responden tentang Peran Keluarga Inti, maka penulis membuat pengkategorian dalam garis interval sebagai berikut:

Jarak interval untuk 10 pernyataan dengan 80 orang responden.

Nilai Indeks Minimum = Skor Minimum x Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden

Nilai Indeks Minimum = 1 X 10 X 80

= 800

Nilai Indeks Minimum = Skor Minimum x Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden

Nilai Indeks Maksimum = 5 X 10 X 80

= 4000

Interval = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

= 4000-800

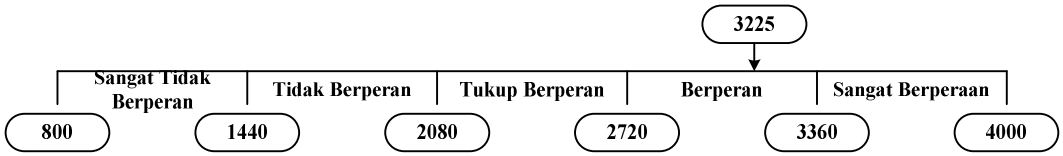
= 3200

Jarak Interval = Interval : Jenjang (5)

= 3200 : 5

= 640

Dengan jarak interval sebesar 640 pada masing-masing kategori, maka dapat digambarkan pembagian skor tanggapan responden tentang peran keluarga inti dalam bentuk garis kontinum adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2
Garis Kontinum Peran Keluarga Inti

Berdasarkan gambar 4.2, jumlah persentase skor tanggapan responden tentang Peran Keluarga Inti diperoleh skor sebesar 3225, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor tanggapan responden nilai tersebut termasuk dalam kategori berperan. Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa tanggapan responden keluarga inti memiliki peran. Dan berdasarkan jumlah skor menurut statusnya menunjukan jumlah skor peran suami/istri lebih besar dari pada jumlah skor peran anak, sehingga dalam keluarga inti tersebut peran suami/istri lebih dominan dari pada peran anak.

4.2.2 Keputusan Pembelian Konsumen Yamaha Jupiter MX Yang Terjadi Di PT. Aneka Jasa Motor Bandung

Dibawah ini adalah tanggapan mengenai keputusan pembelian konsumen pada produk sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor Bandung, yang terdiri dari: Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, Perilaku Pasca Pembelian.

Tabel 4.17
Anda Membutuhkan Produk Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX Di PT. Aneka Jasa Motor

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	32	40%
Setuju	48	60%
Cukup Setuju	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**80**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.17 diatas yang menyatakan sangat setuju sebesar 40%, dan yang menyatakan setuju sebesar 60%. Hasil tersebut menunjukan mayoritas

konsumen menyatakan setuju membutuhkan produk sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor, karena lokasi dealer yang dekat dengan konsumen dan juga tersedia tempat service resmi sepeda motor Yamaha disana.

Tabel 4.18
Anda Terdorong Mencari Informasi Lebih Lanjut Tentang Produk Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX Di PT. Aneka Jasa Motor

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	22	27,50%
Setuju	53	66,25%
Cukup Setuju	5	6,25%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**80**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 27,50%, yang menyatakan setuju sebesar 66,25%, dan yang menyatakan cukup setuju sebesar 6,25%. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju untuk mencari informasi lebih lanjut tentang produk sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor, dikarenakan kemungkinan adanya harga yang lebih rendah dari PT. Aneka Jasa Motor. Dan sedikit yang menyatakan cukup setuju untuk mencari informasi lebih lanjut tentang produk sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor dengan presentase 6,25%, karena responden sudah merasa cocok untuk membeli sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor.

Tabel 4.19
Dealer Ini (PT. Aneka Jasa Motor) Menjadi Pilihan Utama Anda Dalam Membeli Produk Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	25	31,25%
Setuju	45	56,25%
Cukup Setuju	10	12,50%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**80**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebesar 31,25%, yang menyatakan setuju sebesar 56,25%, dan yang menyatakan cukup setuju sebesar 12,50%. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju menjadikan PT. Aneka Jasa Motor menjadi pilihan utama mereka dalam mebeli produk sepeda motor Yamaha Jupiter MX, karena mereka sudah berlangganan untuk membeli sepeda mtor yamah disana. Dan sedikit yang menyatakan cukup setuju untuk menjadikan PT. Aneka Jasa Motor menjadi pilihan utama mereka dalam membeli produk sepeda motor Yamaha Jupiter MX, karena masih banyak dealer motor yang mereka ketahui.

Tabel 4.20
Anda Yakin Dengan Keputusan Anda Membeli Produk Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX (PT. Aneka Jasa Motor)

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	39	48,75%
Setuju	37	46,25%
Cukup Setuju	4	5%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**80**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 48,75%, yang menyatakan setuju sebesar 46,25%, dan yang menyatakan cukup setuju sebesar 5%. Dengan begitu mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka yakin membeli sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor, karena responden belum merasa kecewa selama membeli sepeda motor Jupiter MX disana. Dan sedikit yang menyatakan kurang setuju bahwa mereka yakin membeli sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor, karena mereka baru pertama kali membelia sepeda motor di PT. Aneka Jasa Motor Bandung.

Tabel 4.21
Anda Berencana Merekomendasikan Kepada Orang Lain Untuk Membeli Produk Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX Di Dealer Ini (PT. Aneka Jasa Motor)

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	17	21,25%
Setuju	62	77,50%
Cukup Setuju	1	1,25%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	**80**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.21 responden yang menyatakan setuju sebesar 21,25%, yang menyatakan setuju sebesar 77,50%, dan yang menyatakan cukup setuju sebesar 1,25%. Maka dapat disimpulkan mayoritaas responden setuju untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor, karena mereka merasa tidak kecewa melakukan pembelian disana. Dan sedikit yang menyatkan kurang setuju untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk sepeda motor

Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor, karena mereka merasa orang lain mempunyai pendapat yang berbeda-beda mengenai sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor Bandung.

Tabel 4.22
Perasaan Anda Setelah Membeli Produk Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX Di Dealer Ini (PT. Aneka Jasa Motor)

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	20	25,00%
Puas	60	75,00%
Cukup Puas	0	0%
Tidak Puas	0	0%
Sangat Tidak Puas	0	0%
Total	**80**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui responden yang menyatakan sangat puas sebanyak 20 orang atau 25,00%, Dan yang menyatakan puas sebanyak 60 orang atau 75%. Maka dapt disimpulkan mayoritas responden menyatakan puas setelah membeli sapeda motor Yamaha di PT. Aneka Jasa Motor, dengan pelayanan yang cepat dan persyaratan yang mudah membuat konsumen merasa puasa membelia sepeda motor Yamaha Jupiter MX disana.

Untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian konsumen, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.23
Akumulasi Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian Konsumen

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensinya					Skor Total
	5	4	3	2	1	
1	32	48	0	0	0	353
2	22	53	5	0	0	338
3	25	45	10	0	0	338
4	39	37	4	0	0	359
5	17	62	1	0	0	345
6	20	60	0	0	0	342
Jumlah Skor Total						**2075**
Kriteria						**Sangat Baik**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Untuk mengkatagorikan penilain responden tentang keputusan pembelian konsumen, maka penulis membuat pengkatagorian dalam garis interval sebagai berikut:

Jarak interval untuk 6 pernyataan dengan 80 orang responden

Nilai Indeks Minimum = Skor Minimum x Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden

Nilai Indeks Minimum = 1 X 6 X 80

= 480

Nilai Indeks Minimum = Skor Minimum x Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden

Nilai Indeks Maksimum = 5 X 6 X 80

= 2400

Interval = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

= 2400 - 480

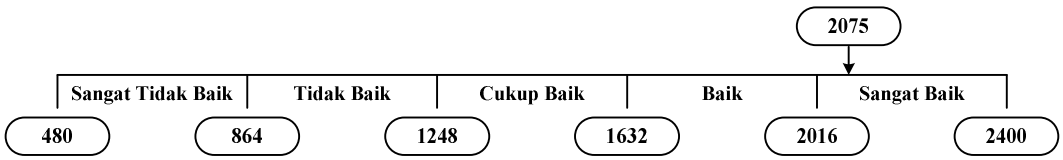
= 3920

Jarak Interval = Interval : Jenjang (5)

= 3920 : 5

= 384

Dengan jarak interval sebesar 384 pada masing-masing kategori, maka dapat digambarkan pembagian skor tanggapan responden tentang keputusan pembelian konsumen dalam bentuk garis kontinum adalah sebagai berikut:



Gambar 4.3
Garis Kontinum Keputusan Pembelian

Berdasarkan gambar 4.3, jumlah persentase skor tanggapan responden tentang Keputusan Pembelian diperoleh skor sebesar 2075, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor tanggapan responden nilai tersebut termasuk dalam kategori sangat baik. 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 PT. 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 PT. Aneka Jasa Motor Bandung karena disana memberikan pelayanan yang baik dan cepat. Responden juga merasa puas dengan pembelian sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. 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 PT. Aneka Jasa Motor Bandung karena dengan begitu mereka dapat bisa mengetahui lebih rinci untuk sepeda motor tersebut.

4.3 Peran Keluarga Inti Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Dalam menganalisa sejauh mana hubungan dan pengaruh peran keluarga inti dengan Keputusan Pembelian Konsumen Pada produk sepeda motor Yamaha Jupiter MX di PT. Aneka Jasa Motor Bandung, maka penulis melakukan pengujian regresi linier sederhana, korelasi Pearson *Product Moment*, koefisien determinasi (Kd) dan uji signifikan *t*.

4.3.1 Analisis Regresi

Penggunaan analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk membuat model matematis dari pengaruh peran keluarga inti terhadap keputusan pembelian konsumen sehingga dari model tersebut diketahui besarnya perubahan pada keputusan pembelian jika adanya peran keluarga inti, dilakukan perhitungan seperti yang dikemukakan oleh Sugiono (2006:204) sebagai berikut:

Model regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + bX$$

Dengan:

$$a = \frac{\left(\sum Y_i\right)\left(\sum X_i^2\right) - \left(\sum X_i\right)\left(\sum X_i Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

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

Dengan menggunakan rumus diatas maka perhitungan dapat dilakukan dengan menggunakan tabel bantu seperti di bawah ini:

Tabel 4.24
Tabel Bantu Perhitungan Koefisien Regresi

No Resp	Skor Total (X)	Skor Total (Y)	X^2	Y^2	XY
1	28,106	14,187	789,941	201,273	398,740
2	27,187	15,967	739,144	254,953	434,105
3	24,349	14,187	592,863	201,273	345,438
4	31,193	19,349	973,017	374.383	603,560
5	30,994	22,129	960,634	489,622	685,862
6	26,945	15,736	726,056	247,622	424,014
7	24,107	13,041	581,147	170,077	314,388
8	25,313	12,730	640,758	162,052	322,263
9	31,228	22,129	975,208	489,683	691,045
10	24,349	14,187	592,863	201,273	345,438
11	25,193	12,730	634,704	162,052	320,710
...	...	...	...	...	...
80	22,911	14,187	524,910	201,273	325,038
Jumlah	**2.368,353**	**1.226,689**	**71.896,294**	**19.845,413**	**36.671,387**

Berdasarkan tabel 4.24 diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

N = 80
Σ X = 2.368,353
Σ Y = 1.226,684
Σ X^2 = 71.896,294

ΣY^2 = 19.845,413
ΣXY = 36.671,387

Maka untuk menentukan nilai a dan b adalah sebagai berikut:

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

$$a = \frac{(1226{,}684)(71896{,}294) - (2368{,}353)(36671{,}387)}{80(71896{,}294) - (2368{,}353)^2}$$

a =9,42

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

$$b = \frac{80(36671{,}387) - (2368{,}353)(1226{,}684)}{80(71896{,}294) - (2368{,}353)^2}$$

b = 0,200

Sehingga diperoleh model regresi sebagai berikut:

Y = 9,42 + 0,200 X

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika peran keluarga inti bernilai 0, maka keputusan pembelian konsumen bernilai 9,42 Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa pada setiap kenaikan nilai peran keluarga inti sebesar 1 unit, maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat sebesar 0,200 unit.

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

Tabel 4.25
Koefisien Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.420	2.497		3.772	.000
	x	.200	.083	.262	2.398	.019

a. Dependent Variable: keputusan pembelian konsumen

4.3.2 Analisis Korelasi

Untuk mengetahui peran keluarga inti dengan keputusan pembelian konsumen maka dapat hitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$rxy = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{80\sum y^2 - (\sum y^2)\}}}$$

Berdasarkan tabel 4.25 dapat disimpulkan sebagai berikut:

N = 80
Σ X = 2.368,353
Σ Y = 1.226,684
Σ X^2 = 71.896,294
Σ Y^2 = 19.845,413
Σ XY = 36.671,387

Maka untuk menentukan nilai r adalah sebagai berikut:

$$rxy = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{80\sum y^2 - (\sum y^2)\}}}$$

$$rxy = \frac{80(36671{,}387) - (2368{,}353)(1226{,}684)}{\sqrt{\{80(71.896{,}294) - (2.368{,}353^2)\}\{80(19.845{,}413 - (1.226{,}684^2)\}}}$$

rxy =0,262

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

Tabel 2.26
Korelasi Peran Keluarga Inti Dan Keputusan Pembelian Konsumen

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.262*
	Sig. (2-tailed)		.019
	N	80	80
Y	Pearson Correlation	.262*	1
	Sig. (2-tailed)	.019	
	N	80	80

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan pedoman koefisien korelasi yang dikemukakan Sugiono (2004;183), nilai koefisien korelasi sebesar 0,262 menunjukkan hubungan yang rendah antara peran keluarga inti dengan keputusan pembelian konsumen. Artinya peningkatan nilai variabel peran keluarga inti (x) diiringi pula oleh peningkatan nilai variabel keputusan pembelian (y).

4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dipergunakan untuk melihat besarnya kontribusi pengaruh peran keluarga inti terhadap keputusan pembelian konsumen dalam bentuk persen (%). Analisis ini dihitung dengan menggunkan rumus sebagai berikut:

$KD = R^2 \times 100\%$

Dimana :

KD = Koefisien determinasi
R = Koefisien korelasi

Sehingga:

KD = 0,262 x 100%
= 0,069 x 100%
= 7%

Kesimpulan:

Dari analisis di atas diperoleh nilai KD = 0,069 (7%). Berdasarkan interpretasi yang dikemukankan Sugiono (2006:108) pengaruh sebesar 7% menunjukkan pengaruh yang rendah dari peran keluarga inti terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini memberikan arti bahwa variabel peran keluarga inti memberikan pengaruh yang rendah sebesar 7% terhadap variabel keputusan pembelian konsumen, dan sisanya sebesar 93% adalah pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti, seperti (1) Harga yang ditetapkan perusahaan (2) Selera konsumen pada satu produk (3) Ekuitas merek suatu produk. Dengan demikian disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara peran keluarga inti dengan keputusan pembelian konsumen.

4.3.4 Uji Hipotesis

Untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh dari variabel peran keluarga inti terhadap Keputusan Pembelian maka dilakukan pengujian dengan menggunakan perumusan uji t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = r\sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Peran Keluarga Inti tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

H_1 : Peran Keluarga Inti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

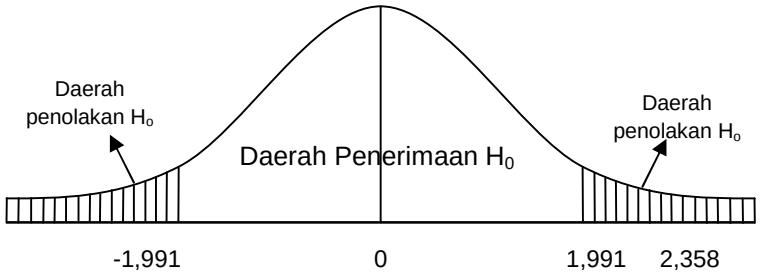
$\alpha = 0{,}05$

Dengan mengacu pada tingkat signifikansi 5% secara dua arah, maka hasil perhitungan pengujian hipotesi dapat dilihat di bawah ini.

$$t_{hitung} = r\sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = 0{,}262\sqrt{\frac{80-2}{1-(0{,}262)^2}}$$

t_{hitung} =2,358



Gambar 4.4

Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0

Dengan db = n-2 = 80-2 = 78 dan α = 0,05 untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t pada tabel distribusi t adalah 1,991.

Dengan demikian t_{hitung} > dari t_{tabel} (2,358 > 1,991) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Peran Keluarga Inti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.