BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Kawasaki memang dikenal sebagai perusahaan pembuat kapal, lokomotive, pesawat, motor dan misil. Tahun 1878 Shozo Kawasaki mendirikan Kawasaki di Tokyo sebagai perusahaan pembuat kapal. Tahun 1881 Kawasaki Hyogo Shipyard, Kawasaki Hyogo Shipyard berdiri di Hyogo, dan di tahun 1896 merger dengan Tsukigi Shipyard dan membentuk Kawasaki Shipyard Corp. Selama Perang Dunia II, Kawasaki memproduksi kapal selam dan supertanker. Setelah perang Dunia II, pihak Sekutu memisahkan divisi pembuat baja Kawasaki dan menjadi Kawasaki Steel Corporation. Di tahun 1949, Kawasaki memutuskan untuk memasuki industri motor dengan memproduksi engine motor.

Kawasaki membuat motor 60cc 2 stroke, dan juga 150cc dan 250cc 4 stroke dengan mengadopsi teknologi BMW Jerman, dimana dulunya telah mempunyai kerjasama dengan BMW di bidang industri pesawat terbang. Tahun 1954, Kawasaki Motorcycles memproduksi motor utuh dengan nama Meihatsu. Pada saat yang bersama Kawasaki juga memproduksi scooter, namun mereka sadar bahwa agak berat untuk bersaing dengan '*giant*' industry scooter saat itu Fuji Rabbit dan Mitshubishi Silver Pigeon.

Sejarah Kawasaki Motor sendiri tidak bisa dipisahkan dengan Meguro Motorcycles. Meguro ini di Jepang dikenal sebagai “Senior” dibandingkan Honda, Yamaha dan Suzuki dan dianggap sebagai “*King of Four Stroke*”. Meguro memasuki industri motor Jepang di tahun 1937, dan mempunyai hubungan yang baik dengan pemerintah dan menerima order yang banyak terutama untuk kebutuhan militer. Motornya pertama adalah Z97, 500cc rocker-valvez yang dipengaruhi oleh motor Swiss Motosacoche. Motor ini cukup sukses dan terus diproduksi sampai tahun 1950-an. Disamping itu, Meguro juga memproduksi 250cc dan 350cc, *single cylinder* sebagaimana juga *high performance twin cylinders*. *Twin Cylinder* 650cc dan 500cc pun dibuat oleh Meguro dan pantaslah dianggap sebagai senior. Pada tahun 1960 Meguro diakusisi oleh Kawasaki dan ditahun 1962 menjadi *Kawasaki Motorcycles*.

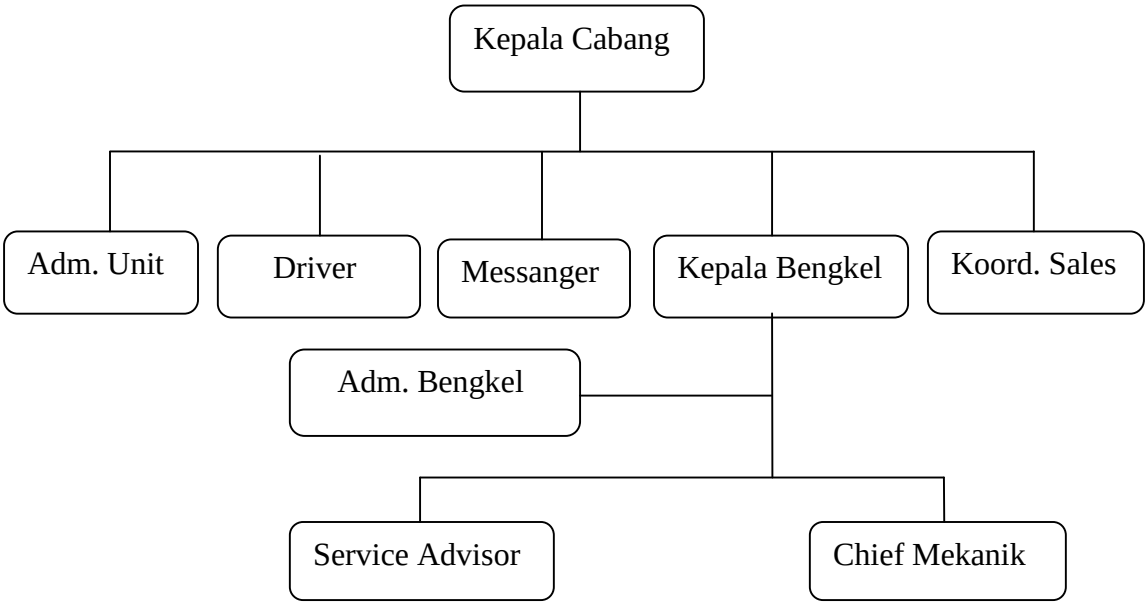
Kawasaki Indonesia berdiri pada tahun 1969 dibawah naungan PT Insan Apollo Motor. PT Insan Apollo Motor hanya bertahan sampai pada tahun 1972. Kemudian pada 1976 berdirilah PT Tunas Bekasi Motor. Pada tanggal 19 Februari 1994 berdiri PT Kawasaki Motor Indonesia (KMI) dengan rincian pemegang saham 51% di pegang oleh Kawasaki Heavy Industry Co, Ltd. Japan. 34% dimiliki oleh PT Sumber Selatan Nusantara. Dan 15% dimiliki oleh PT Bimantara Cakra Nusa.

PT Citra Karya Pranata merupakan anak perusahaan PT Bimantara Cakra Nusa. PT Citra Karya Pranata adalah main dealer Kawasaki di Jawa Barat. PT Citra Karya Pranata didirikan dengan akte nomor 7 tanggal 11 April 1988 dari Notaris Agus Madjid S.H., Notaris di Jakarta dengan kedudukan di Bandung. PT. Citra Karya

Pranata merupakan salah satu unit usaha yang bernaung dibawah PT. Bimantara Cakra Nusa selaku sub holding automotive PT. Bimantara Citra.

PT Citra Karya Pranata berlokasi di Jl. Soekarno-Hatta No. 727 Bandung. Sebagai main dealer resmi Kawasaki di Jawa Barat, PT Citra Karya Pranata membawahi seluruh dealer Kawasaki yang berada di Jawa Barat.

4.1.2 Struktur Organisasi PT. Citra Karya Pranata



Sumber : PT. Citra Karya Pranata

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. Citra Karya Pranata

4.1.3 Deskripsi Tugas

Berikut adalah uraian pekerjaan (*job description*) masing-masing jabatan pada PT Citra Karya Pranata :

1. Kepala Cabang

   Tugas dan tanggung jawabnya:

   a. Mengawasi dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan kantor cabang yang dipimpinnya sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan
   b. Membuat analisa mengenai perkembangan perusahaan baik dilihat dari sisi keuangan maupun pelaksanaan operasional perusahaan untuk menilai efisiensi dan efektivitas kerja
   c. Menerima laporan dari setiap kepala departement tentang hasil yang dicapai oleh masing-masing department tersebut.
   d. Mendelegasikan wewenang dan tanggung jawab kepada masing-masing kepala department sesuai dengan bidangnya
   e. Menendangani surat-surat penting yang berhubungan dengan kantor cabang.

2. Koordinator Sales

   Tugas dan tanggung jawab:

   a. Mengontrol Penjualan
   b. Menyusun dan membuat laporan penjualan
   c. Menentukan metode-metode pendistribusian dan kebijakan penjualan
   d. Mengusahakan terpenuhinya produk yang diinginkan pelanggan

e. Menyusun strategi dan memotivasi para salesman untuk menjual produk sesuai target

3. Administrasi Unit

   Tugas dan tanggung jawab:

   a. Membuat laporan stock
   b. Mengontrol kelengkapan kendaraan

4. Driver

   Tugas dan tanggung jawab:

   a. Mengantarkan motor yang telah dipesan konsumen
   b. Mendistribusikan kendaraan

5. Messanger

   Tugas dan tanggung jawab

   a. Menerima layanan telephone, email, dll.
   b. Menerima layanan tentang keluhan konsumen

6. Kepala Bengkel

   Tugas dan tanggung jawab:

   a. Memimpin bengkel, mengkoordinir, mengarahkan, dan mengawasi pelaksanaan kegiatan bengkel
   b. Menilai, menganalisis perkembangan bengkel dari segala segi guna memajukan bengkel

7. Administrasi Bengkel

   Tugas dan tanggung jawab:

a. Membuat laporan performance bengkel
b. Membuat laporan material
c. Menganalisis penjualan material untuk order kepala bengkel
d. Menganalisis rekapitulasi Account Receivable (A/R) bengkel
e. Membuat laporan pajak (PPn, PPh pasal 21 (jasa bengkel) dan pasal 23 (perpajakan cabang)).

8. Service Advisor (SA)

Tugas dan tanggung jawab:

a. Memahami dan menganalisa dengan benar kebutuhan service bagi pelanggan
b. Membuat laporan material (bahan)
c. Menerangkan pekerjaan yang telah dilakukan dengan jelas pada saat penyerahan kendaraan
d. Bertindak sebagai penasehat service
e. Melaksanakan tahap proses pelayanan pelanggan dan menerima perjanjian sampai menindaklanjuti pekerjaan service
f. Menyiapkan Perintah Kerja Bengkel (PKB) dan catatan hasil diagnosa dalam PKB
g. Membuat kalkulasi terhadap langganan PKB, bukti pengeluaran bahan dan atau part
h. Menerima semua PKB dari Service Advisor (SO) dan melakukan sortir untuk semua PKB klaim, service intern ke bagian administrasi

i. Membuat kuitansi bengkel, nota jasa dan nota barang kemudian menyerahkannya kepada kepala bengkel untuk ditandatangani dan selanjutnya diserahkan ke kasir

j. Melakukan final check

9. Chief Mekanik

Tugas dan tanggung jawab:

a. Menganalisa catatan atas keluhan dari pemilik kendaraan

b. Melakukan pembagian tugas pada para mekanik yang dibawahinya sehingga kegiatan dapat dilaksanakan dengan lancar

c. Bertanggung jawab atas mutu pekerjaan mekanik

d. Melakukan pekerjaan perbaikan

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Hasil Analisis

4.2.1.1 Analisis Deskriptif

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 74 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 (*Kelompok Acuan*) dan variabel Y (*Perilaku Pembelian*). Variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan analisis korelasi.

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. Analisis data deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti.

4.2.1.1.1 Karakteristik Responden

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	f	%
1	Pria	50	67.6
2	Wanita	24	32.4
Jumlah		74	100.0

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari tabel tersebut dapat dilihat mayoritas responden sebanyak 50 orang (67,6%) berjenis kelamin pria dan 24 orang lainnya (32,4%) berjenis kelamin wanita.

Hal ini dikarenakan kebanyakan wanita lebih memilih menggunakan motor matic daripada motor bebek biasa.

Tabel 4.2
Usia

No	Usia	f	%
1	< 20 tahun	16	21.6
2	20-29 tahun	26	35.1
3	30-39 tahun	21	28.4
4	>40 tahun	11	14.9
Jumlah		74	100.0

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan usia. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 16 orang (21,6%) berusia < 20 tahun, 26 orang (35,1%) berusia antara 20-29 tahun, 21 orang (28,4%) berusia antara 30-39 tahun dan 11 orang lainnya (14,9%) berusia diatas 40 tahun.

Dari tabel di atas menunjukan bahwa usia responden yang paling banyak di kisaran usia antara 20-29 tahun. Hal ini dikarenakan pada rentang usia tersebut seseorang sedang dalam masa aktif dan membutuhkan alat transportasi, baik untuk keperluan kuliah maupun bekerja.

Tabel 4.3
Pekerjaan

No	Pekerjaan	f	%
1	Pelajar	16	21.6
2	Mahasiswa/i	11	14.9
3	Pegawai negeri sipil	14	18.9
4	Pegawai swasta	16	21.6
5	Wiraswasta	9	12.2
6	Lain-lain	8	10.8
Jumlah		74	100.0

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 16 orang (21,6%) bekerja sebagai pelajar, 11 orang (14,9%) bekerja sebagai mahasiswa/i, 14 orang (18,9%) bekerja sebagai pegawai negeri sipil, 16 orang (21,6%) bekerja sebagai pegawai swasta, 9 orang (12,2%) bekerja sebagai wiraswasta dan 8 orang lainnya (10,8%) menyatakan pekerjaan lain.

Dari tabel di atas menunjukan bahwa jenis pekerjaan responden yang paling banyak menggunakan Kawasaki edge adalah pelajar dan pegawai swasta. Unutuk kalangan pelajar hal ini dikarenakan model Kawasaki edge yang cukup bagus sehingga mampu menarik minat pelajar untuk menggunakannya untuk keperluan sekolah. Sedangkan untuk pegawai swasta lebih pada harga Kawasaki edge yang relative murah.

Tabel 4.4
Apakah AndaPernah Membeli Produk Merek Lain Selain Kawasaki Edge

No	Pernah membeli produk merek lain selain Kawasaki edge	f	%
1	Ya	45	60.8
2	Tidak	29	39.2
Jumlah		74	100.0

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan Pertanyaan Apakah anda pernah membeli produk merek lain selain Kawasaki edge. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 45 orang (60,8%) menyatakan ya dan 29 orang lainnya (39,2%) menyatakan tidak.

Hal ini dikarenakan sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang untuk memiliki alat transportasi khususnya sepeda motor. Bahkan banyak pelajar kini memiliki sepeda motor untuk keperluan sekolah mereka. Sehingga kebanyakan orang saat ini pasti sudah pernah memiliki sepeda motor.

Tabel 4.5
Dari mana anda memperoleh informasi mengenai produk Motor Kawasaki Edge

No	Memperoleh informasi	f	%
1	Teman/Relasi/Keluarga	27	36.5
2	Iklan	28	37.8
3	Penjual	19	25.7
Jumlah		74	100.0

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pertanyaan Dari mana anda memperoleh informasi mengenai produk Motor Kawasaki Edge. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 27 orang (36,5%) mendapatkan informasi dari teman/relasi/keluarga, 28 orang (37,8%) dari iklan dan 19 orang lainnya (25,7%) dari penjual.

Hal ini mengindikasikan bahwa Iklan sangat efektif untuk mengenalkan Kawasaki edge pada konsumen. Iklan yang dipasang di media cetak dan elektronik dapat menarik perhatian konsumen dan memberikan informasi yang jelas pada konsumen tentang Kawasaki edge.

4.2.1.1.2 Kelompok Acuan

Tabel 4.6
Anda patuh terhadap norma-norma yang ada dikelompok anda, sehingga motor yang anda beli tidak bertentangan dengan norma-norma yang ada di kelompok anda

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat patuh	5	4	5.4	20
Patuh	4	12	16.2	48
Cukup patuh	3	30	40.5	90
Tidak patuh	2	21	28.4	42
Sangat tidak patuh	1	7	9.5	7
Total		74	100.0	207

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Patuh terhadap norma-norma yang ada dikelompok anda, sehingga motor yang anda beli tidak bertentangan dengan norma-norma yang ada di kelompok anda". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 4 orang (5,4%) menyatakan sangat patuh, 12 orang (16,2%) menyatakan patuh, 30 orang (40,5%) menyatakan cukup patuh, 21 orang (28,4%) menyatakan tidak patuh dan 7 orang lainnya (9,5%) menyatakan sangat tidak patuh.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 30 dari 74 responden menyatakan cukup Patuh terhadap norma-norma yang ada dikelompoknya, sehingga motor yang di beli tidak bertentangan dengan norma-norma yang ada di kelompoknya.

Tabel 4.7
Motor yang anda beli sesuai dengan nilai-nilai yang ada pada diri anda

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat sesuai	5	6	8.1	30
Sesuai	4	14	18.9	56
Cukup sesuai	3	33	44.6	99
Tidak sesuai	2	15	20.3	30
Sangat tidak sesuai	1	6	8.1	6
Total		74	100.0	221

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Motor yang anda beli sesuai dengan nilai-nilai yang ada pada diri anda". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 6 orang (8,1%) menyatakan sangat sesuai, 14 orang (18,9%) menyatakan sesuai, 33 orang (44,6%) menyatakan cukup sesuai, 15 orang (20,3%) menyatakan tidak sesuai dan 6 orang lainnya (8,1%) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 33 dari 74 responden menyatakan Motor yang di beli cukup sesuai dengan nilai-nilai yang ada pada diri responden.

Tabel 4.8
Anda percaya terhadap saran dari kelompok anda sebelum memutuskan produk motor apa yang akan anda beli

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat percaya	5	9	12.2	45
Percaya	4	17	23.0	68
Cukup percaya	3	23	31.1	69
Tidak percaya	2	16	21.6	32
Sangat tidak percaya	1	9	12.2	9
Total		74	100.0	223

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Anda percaya terhadap saran dari kelompok anda sebelum memutuskan produk motor apa yang akan anda beli". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 9

orang (12,2%) masing-masing menyatakan sangat percaya dan sangat tidak percaya, 17 orang (23,0%) menyatakan percaya, 23 orang (31,1%) menyatakan cukup percaya dan 16 orang lainnya (21,6%) menyatakan tidak percaya. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 23 dari 74 responden menyatakan cukup Percaya terhadap saran dari kelompoknya sebelum memutuskan produk motor apa yang akan di beli.

Untuk mengetahui tanggapan responden secara keseluruhan untuk variabel kelompok acuan (X) , maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berikut ini adalah tabel rekap skor untuk setiap pertanyaan variabel kelompok acuan

Tabel 4.9
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kelompok acuan

No	Pertanyaan	Skor	Tingkatan Kategori
1	Anda patuh terhadap norma-norma yang ada dikelompok anda, sehingga motor yang anda beli tidak bertentangan dengan norma-norma yang ada di kelompok anda	207	Sangat Tidak Baik
2	Motor yang anda beli sesuai dengan nilai-nilai yang ada pada diri anda	221	Sangat Baik
3	Anda percaya terhadap saran dari kelompok anda sebelum memutuskan produk motor apa yang akan anda beli	223	Sangat Baik
Skor Total		**651**	Cukup Baik

Untuk Mengkategorikan penilaian responden terhadap setiap pertanyaan kelompok acuan, maka dibuat pengkategorian sebagai berikut:

Interval = Skor pertanyaan maksimum – Skor pertanyaan minimum

= 223 -207

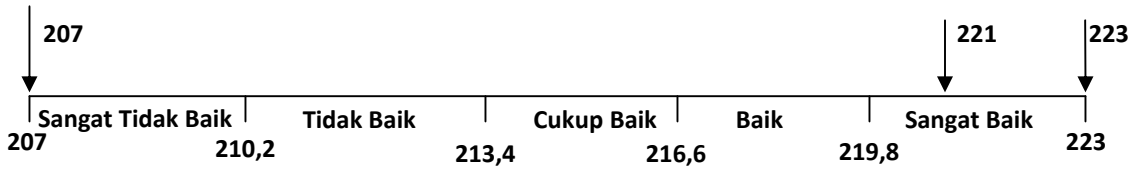
= 16

Jarak Interval = Interval : jenjang

= 16: 5

= 3,2

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap kelompok acuan secara umum, maka dibuat pengkategorian sebagai berikut:

Menghitung jarak interval untuk 3 pertanyaan dengan 74 responden

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

= 1 x 3 x 74

= 222

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

= 5 x 3 x 74

= 1110

Interval = Nilai Indeks Maksimum - Nilai Indeks Minimum

= 1110 - 222

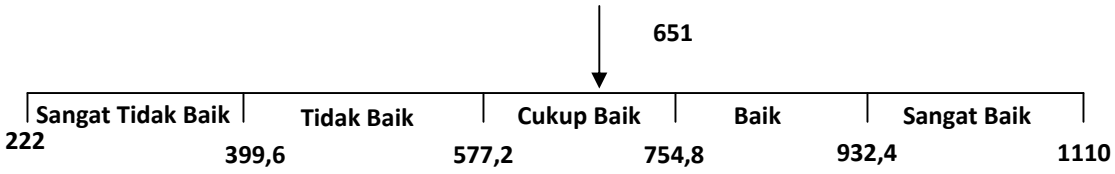
= 888

Jarak Interval = Interval : Jenjang

= 888 : 5

= 177,6

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Berdasarkan hasil perhitungan, skor total untuk kelompok acuan adalah sebesar 651 yang terletak antara rentang 577,2 dan 754,8 Dengan demikian, kelompok acuan berada pada tingkat cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar konsumen Main Dealer Citra Karya Pranata mempertimbangkan masukan-masukan dari luar saat akan membeli sepeda motor.

4.2.1.1.3 Perilaku Pembelian

Tabel 4.10
Anda merasa mempunyai kebutuhan/keinginan untuk membeli motor kawasaki edge

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	28	37.8	140
Setuju	4	30	40.5	120
Cukup setuju	3	16	21.6	48
Tidak setuju	2	0	0.0	0
sangat tidak setuju	1	0	0.0	0
Total			74.0	308

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Anda merasa mempunyai kebutuhan/keinginan untuk membeli motor kawasaki edge". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 28 orang (37,8%) menyatakan sangat setuju, 30 orang (40,5%) menyatakan setuju dan 16 orang lainnya (22,0%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 30 dari 74 responden menyatakan setuju Merasa mempunyai kebutuhan/keinginan untuk membeli motor kawasaki edge. Karena sudah menjadi hal yang wajar saat ini bagi seseorang untuk memiliki kendaraan pribadi.

Tabel 4.11
Anda berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai motor kawasaki edge

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	2	2.7	10
Setuju	4	27	36.5	108
Cukup setuju	3	27	36.5	81
Tidak setuju	2	16	21.6	32
sangat tidak setuju	1	2	2.7	2
Total		74	100.0	233

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Anda berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai motor kawasaki edge". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 2 orang (2,7%) menyatakan sangat setuju, 27 orang (36,5%) masing-masing menyatakan setuju dan cukup setuju, 16 orang (21,6%) menyatakan tidak setuju dan 2 orang (2,7%) menyatakan sangat tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 27 dari 74 responden menyatakan setuju dan cukup setuju Berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai motor kawasaki edge. Karena sebelum membeli konsumen harus mengetahui terlebih dahulu keunggulan dan kekurangan suatu produk yang akan dibelinya

Tabel 4.12
Anda tetap mencari informasi jenis motor lain walaupun telah mengenal motor kawasaki edge

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	23	31.1	115
Setuju	4	22	29.7	88
Cukup setuju	3	16	21.6	48
Tidak setuju	2	13	17.6	26
sangat tidak setuju	1	0	0.0	0
Total		74	100.0	277

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Anda tetap mencari informasi jenis motor lain walaupun telah mengenal motor kawasaki edge". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 23 orang (31,1%) menyatakan sangat setuju, 22 orang (29,7%) menyatakan setuju, 16 orang (21,6%) menyatakan cukup setuju dan 13 orang (17,6%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 23 dari 74 responden menyatakan sangat setuju tetap mencari informasi jenis motor lain walaupun telah mengenal motor kawasaki edge. Ini dikarenakan banyaknya varian sepeda motor saat ini, sehingga konsumen perlu mempertimbangkan dengan baik sepeda motor jenis apa yang akan dibelinya yang sesuai dengan kebutuhannya

Tabel 4.13
Anda membeli motor kawasaki edge karena telah membandingkan dengan jenis motor pesaing

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	12	16.2	60
Setuju	4	21	28.4	84
Cukup setuju	3	11	14.9	33
Tidak setuju	2	22	29.7	44
sangat tidak setuju	1	8	10.8	8
Total		74	100.0	229

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Abda membeli motor kawasaki edge karena telah membandingkan dengan jenis motor pesaing". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 12 orang (16,2%) menyatakan sangat setuju, 21 orang (28,4%) menyatakan setuju, 11 orang (15,9%) menyatakan cukup setuju, 22 orang (29,7%) menyatakan tidak setuju dan 8 orang (10,8%) menyatakan sangat tidak setuju.

Dari tabel di atas menunjukan bahwa sebagian besar responden atau 22 dari 74 responden menyatakan tidak setuju Membeli motor kawasaki edge karena telah membandingkan dengan jenis motor pesaing. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen telah yakin tentang keunggulan Kawasaki edge, sehingga konsumen tidak perlu membandingkan lagi Kawasaki edge dengan motor pesaing dikelasnya.

Tabel 4.14
Anda merasa puas setelah menggunakan motor kawasaki edge

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	26	35.1	130
Setuju	4	27	36.5	108
Cukup setuju	3	14	18.9	42
Tidak setuju	2	5	6.8	10
sangat tidak setuju	1	2	2.7	2
Total		74	100.0	292

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Anda merasa puas setelah menggunakan motor kawasaki edge". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 26 orang (35,1%) menyatakan sangat setuju, 27 orang (36,5%) menyatakan setuju, 14 orang (18,9%) menyatakan cukup setuju, 5 orang (6,8%) menyatakan tidak setuju dan 2 orang (2,7%) menyatakan sangat tidak setuju.

Dari tabel di atas menunjukan bahwa sebagian besar responden atau 27 dari 74 responden menyatakan setuju merasa puas setelah menggunakan motor kawasaki edge. Hal ini mengindikasikan bahwa Kawasaki edge telah memenuhi apa yang diharapkan konsumen, sehingga konsumen merasa puas setelah menggunakan Kawasaki edge.

Untuk mengetahui tanggapan responden secara keseluruhan untuk variabel Perilaku pembelian (Y) , maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berikut ini adalah tabel rekap skor untuk setiap pertanyaan variabel Perilaku pembelian.

Tabel 4.15
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Perilaku Pembelian

No	Pertanyaan	Skor	Tingkat Kategori
1	Anda merasa mempunyai kebutuhan/keinginan untuk membeli motor kawasaki edge	308	Sangat Baik
2	Anda berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai motor kawasaki edge	233	Sangat Tidak Baik
3	Anda tetap mencari informasi jenis motor lain walaupun telah mengenal motor kawasaki edge	277	Cukup Baik
4	Anda membeli motor kawasaki edge karena telah membandingkan dengan jenis motor pesaing	229	Sangat Tidak Baik
5	Anda merasa puas setelah menggunakan motor kawasaki edge	292	Cukup Baik
Skor Total		1339	Baik

Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap setiap Perilaku pembelian, maka dibuat pengkategorian sebagai berikut:

Interval = Skor pertanyaan maksimum – Skor pertanyaan minimum

= 308 -229

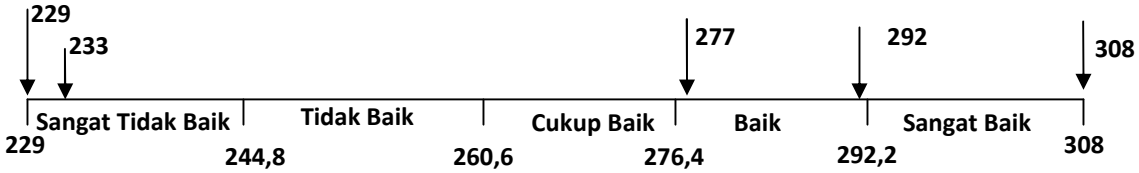
= 79

Jarak Interval = Interval : jenjang

= 79 : 5

= 15,8

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap Perilaku pembelian secara umum, maka dibuat pengkategorian sebagai berikut:

Menghitung jarak interval untuk 5 pertanyaan dengan 74 responden

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

= 1 x 5 x 74

= 370

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

= 5 x 5 x 74

= 1850

Interval = Nilai Indeks Maksimum - Nilai Indeks Minimum

= 1850 - 370

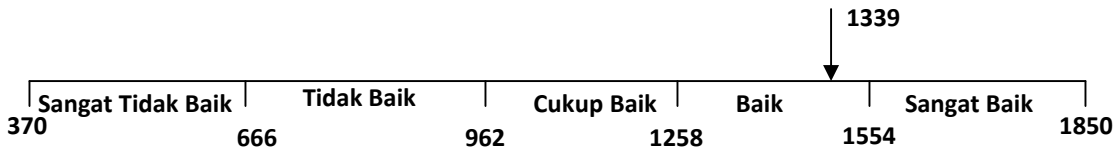
= 1480

Jarak Interval = Interval : Jenjang

= 1480 : 5

= 296

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Berdasarkan hasil perhitungan, skor total untuk Perilaku pembelian adalah sebesar 1339 yang terletak antara rentang 1258 dan 1554. Dengan demikian, Perilaku pembelian berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar konsumen yang datang ke Main Dealer Citra Karya Pranata pada akhirnya melakukan pembelian.

4.2.1.2 Hasil Analisis Verifikatif

4.2.1.2.1 Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Perilaku Pembelian

Untuk mengetahui pengaruh Kelompok Acuan (X) dengan Perilaku Pembelian (Y), digunakan analisis korelasi Pearson (R).

Tabel 4.16
Hasil Perhitungan *Methode Succesive Interval* Variabel X (*Kelompok Acuan*) dan Variabel Y (*Keputusan Pembelian*)

resp	X	Y	X^2	Y^2	XY
1	6.809	11.503	46.36167139	132.3290153	78.32620456
2	3.000	6.886	9	47.42083794	20.65883689
3	5.860	10.788	34.34491393	116.3752564	63.22102628
4	9.446	17.548	89.22704417	307.933972	165.758976
5	8.509	13.660	72.40616208	186.6035082	116.2378762
6	6.866	12.402	47.14444796	153.8124065	85.15515836
7	4.939	9.223	24.39147922	85.06341974	45.55022102
8	3.000	6.776	9	45.9181664	20.32888333
9	6.809	12.065	46.36167139	145.5713955	82.15189104
10	6.809	11.364	46.36167139	129.1333538	77.37466068
11	3.922	7.925	15.3795767	62.80096832	31.07816451
12	8.509	12.751	72.40616208	162.5984779	108.5040633
13	6.809	11.437	46.36167139	130.8067629	77.87438705
14	8.509	15.460	72.40616208	239.0071498	131.5507143
15	11.115	18.768	123.5471934	352.233355	208.608347
16	4.939	10.701	24.39147922	114.5057727	52.84851157

17	8.509	13.030	72.40616208	169.7895447	110.8774517
18	9.446	15.281	89.22704417	233.5150286	144.346305
19	8.509	14.296	72.40616208	204.3619238	121.6431773
20	8.509	14.346	72.40616208	205.8192826	122.0761416
21	5.860	10.701	34.34491393	114.5057727	62.71117052
22	5.918	10.701	35.01910595	114.5057727	63.32369056
23	8.509	13.886	72.40616208	192.8336075	118.162352
24	8.509	15.490	72.40616208	239.9430501	131.8080247
25	9.226	16.471	85.11639613	271.3029735	151.9616115
26	9.262	15.281	85.78691096	233.5150286	141.5363309
27	5.860	10.701	34.34491393	114.5057727	62.71117052
28	3.922	8.075	15.3795767	65.1987046	31.66588824
29	5.860	10.296	34.34491393	106.0105086	60.34005132
30	5.860	9.802	34.34491393	96.08035996	57.44450968
31	8.509	12.489	72.40616208	155.9779275	106.2721182
32	4.939	9.662	24.39147922	93.36023032	47.71995513
33	8.509	15.385	72.40616208	236.6930053	130.9123069
34	9.262	16.013	85.78691096	256.4177413	148.3148204
35	8.509	15.385	72.40616208	236.6930053	130.9123069
36	9.446	17.457	89.22704417	304.7452657	164.8985121
37	11.115	18.768	123.5471934	352.233355	208.608347
38	4.939	9.662	24.39147922	93.36023032	47.71995513

39	6.809	11.364	46.36167139	129.1333538	77.37466068
40	11.124	18.987	123.7386387	360.4968735	211.204622
41	11.124	18.189	123.7386387	330.832635	202.3283961
42	11.115	18.534	123.5471934	343.4989605	206.0056614
43	8.509	14.296	72.40616208	204.3619238	121.6431773
44	11.124	18.768	123.7386387	352.233355	208.7699113
45	12.013	18.768	144.3039395	352.233355	225.4521252
46	13.836	19.754	191.443935	390.2030681	273.3166859
47	12.013	18.768	144.3039395	352.233355	225.4521252
48	13.836	19.754	191.443935	390.2030681	273.3166859
49	13.836	20.194	191.443935	407.7996422	279.4114675
50	8.301	15.385	68.90686358	236.6930053	127.7097202
51	7.561	15.156	57.16409206	229.7067674	114.590483
52	8.509	12.212	72.40616208	149.1279712	103.9123864
53	8.509	15.892	72.40616208	252.5620684	135.2296198
54	11.115	14.165	123.5471934	200.6471385	157.4464697
55	11.115	15.519	123.5471934	240.832583	172.494028
56	10.178	11.377	103.5988653	129.4426367	115.8020305
57	9.446	18.035	89.22704417	325.2749565	170.3623283
58	5.860	12.468	34.34491393	155.4627315	73.07088431
59	3.922	15.409	15.3795767	237.4486124	60.43061431
60	3.922	16.471	15.3795767	271.3029735	64.59508411

61	6.704	16.592	44.94994738	275.2986062	111.2414395
62	5.860	14.298	34.34491393	204.4406753	83.79437569
63	8.509	15.385	72.40616208	236.6930053	130.9123069
64	9.446	13.267	89.22704417	176.0102161	125.319078
65	10.178	15.340	103.5988653	235.3194068	156.1371945
66	10.178	14.110	103.5988653	199.088041	143.6150937
67	12.002	15.003	144.0485309	225.0992584	180.070035
68	10.163	14.232	103.280075	202.5475113	144.6344432
69	8.301	11.900	68.90686358	141.6124408	98.78293951
70	8.301	11.389	68.90686358	129.7143171	94.54208985
71	10.178	15.328	103.5988653	234.9348658	156.0095686
72	10.178	16.659	103.5988653	277.5238345	169.5616535
73	7.561	16.142	57.16409206	260.5599005	122.0437223
74	7.561	16.361	57.16409206	267.6732564	123.6984182
Total	**613.739**	**1,047.906**	**5,560.766**	**15,611.728**	**9,171.476**

Dari perhitungan diperoleh:

n = 74

ΣX = 613.739

ΣY = 1,047.906

ΣXY = 9,171.476

ΣX^2 = 5,560.766

ΣY^2 = 15,611.728

4.2.1.2.2 Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui **" Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Perilaku Pembelian"**, maka kita menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan model sebagai berikut :

Y = a + bX

Dimana : Y = Perilaku Pembelian

X = Kelompok Acuan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Dengan:

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

dan

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

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan bantuan *software SPSS 13.0* diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.17
Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.694	.791		7.199	.000
	X	1.021	.091	.797	11.190	.000

a. Dependent Variable: Y

Dari output *software SPSS 13.0* di atas diperoleh model regresi sebagai berikut :

Y = 5,694 + 1,021 X

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika variabel kelompok acuan (X) bernilai nol atau Perilaku Pembelian (Y) tidak dipengaruhi oleh kelompok acuan, maka rata-rata Perilaku Pembelian bernilai 5,694. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel kelompok acuan (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Perilaku Pembelian akan meningkat sebesar 1,021.

Berdasarkan hasil analisis diatas maka terdapat dampak yang positif antara variabel Kelompok Acuan (X) dengan Perilaku Pembelian (Y), sehingga menciptakan pengaruh yang kuat antar kedua variabelnya.

4.2.1.2.3 Analisis Korelasi Pearson

Untuk mengetahui hubungan antara kelompok acuan (variabel X) terhadap Perilaku Pembelian (variabel Y), digunakan analisis korelasi Pearson dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Berikut ini adalah hasil pengolahan *software SPSS 13* untuk koefisien korelasi mengenai hubungan antara kelompok acuan dengan Perilaku Pembelian.

Tabel 4.18
Analisis Korelasi Pearson

Model Summary

Model	R	R Square
1	.797	.635

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,797, yang berarti terdapat hubungan yang kuat dan searah antara variabel kelompok acuan dengan Perilaku Pembelian. Artinya, semakin tinggi Perilaku Pembelian maka semakin meningkat kelompok acuan, atau semakin besar Perilaku Pembelian, maka semakin meningkat Promosi Penjualan.

4.2.1.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh kelompok acuan terhadap Perilaku Pembelian dapat ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$
$$= (0{,}797)^2 \times 100\%$$
$$= 63{,}5\%$$

Artinya, kelompok acuan memberikan pengaruh sebesar 63,5% terhadap Perilaku Pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 36,5% Perilaku Pembelian dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diterangkan penulis seperti promosi, harga, dll.

4.2.2 Uji Hipotesis

Sebelum korelasi digunakan untuk membuat kesimpulan, terlebih dahulu harus diuji keberartian koefisien (r). Untuk itu digunakan statistik student ‘t’ untuk menguji apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dan variabel Y dengan hipotesis sebagai berikut :

1. H_0: $\rho = 0$, artinya tidak ada pengaruh antara Kelompok Acuan terhadap Perilaku Pembelian.
2. H_1: $\rho \neq 0$, artinya ada pengaruh antara Kelompok Acuan terhadap Perilaku Pembelian.

Rumus yang digunakan dalam menguji hipotesis diatas menggunakan yaitu menggunakan uji t student :

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

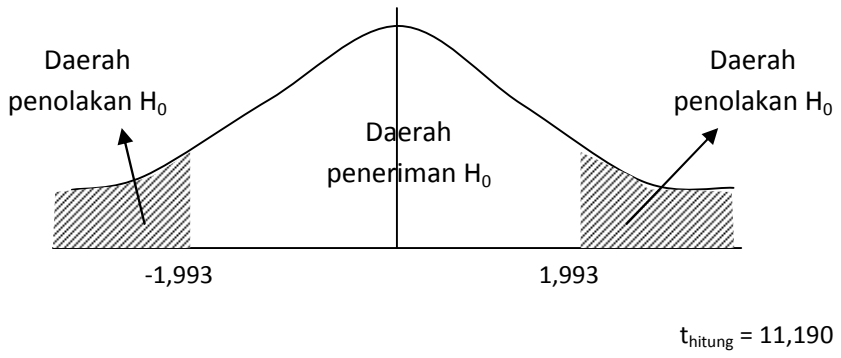
$$= \frac{0{,}797\sqrt{74-2}}{\sqrt{1-0{,}797^2}}$$

$$= 11{,}190$$

Dengan α = 5% dan dk = n-2 = 74 - 2 = 72 diperoleh nilai t tabel sebesar ± 1,993.

Berdasarkan kriteria uji berikut:

1. Terima Ho jika -t tabel < t hitung < t tabel
2. Tolak Ho jika t hitung > t tabel atau t hitung < -t tabel



Gambar 4.2
Hasil Uji T

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 11,190. Karena nilai t hitung (11,190) > t tabel (1,993), maka Ho ditolak. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara Kelompok Acuan terhadap Perilaku Pembelian.