BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Dewasa ini banyak perusahaan yang bermunculan untuk memenuhi kebutuhan para konsumen dan seiring jaman, konsumen saat ini adalah konsumen yang cukup cermat dalam memilih, membeli suatu barang.Hal ini dikarenakan oleh banyaknya perusahaan-perusahaan yang bermunculan untuk memenuhi kebutuhan para konsumennya tersebut. Salah satunya adalah PD. Tridjaya Motor Pagaden-Subang. Perusahaan ini adalah perusahaan yang berhubungan dengan kegiatan penjualan sepeda motor. Perusahaan ini berdiri pada tanggal 13 Maret 2000 di Pagaden. Perusahaan ini berdiri karena memiliki tujuan ingin memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan layanan serta solusi terbaik kepada konsumen dalam memberikan informasi mengenai beragam tipe motor merek Honda, pembelian dan pemeliharaan motor, penyediaan suku cadang, layanan pendanaan sampai penebusan STNK dan BPKB dapat dipenuhi.

PD. Tridjaya Motor juga memberikan kemudahan kepada para konsumennya karena cara pembayarannya yang dilakukan konsumen selain secara tunai, juga dapat melalui angsuran (kredit). Sehingga bagi konsumen yang belum memiliki dana tunai tetapi ingin membeli sepeda motor karena faktor kebutuhan, untuk melancarkan kegiatan beraktivitas sehari-hari. Untuk bekerja, sekolah, kuliah ataupun kegiatan lain yang memang membutuhkan sepeda motor sebagai

alat transfortasi. Konsumen dapat membeli sepeda motor tersebut secara angsuran (kredit).

Lokasi perusahaan yang memang strategis untuk mendirikan perusahaan tersebut. Selain tidak ada perusahaan / dealer resmi motor Honda yang lain juga lokasi tersebut memang cukup ramai, karena berada tepat didekat pasar Pagaden. Sehingga para konsumen yang ingin mencari / membeli sepeda motor Honda bisa langsung datang saja ke dealer Tridjaya Motor tersebut.

a. Visi

Menjadikan Honda sebagai yang terbaik.

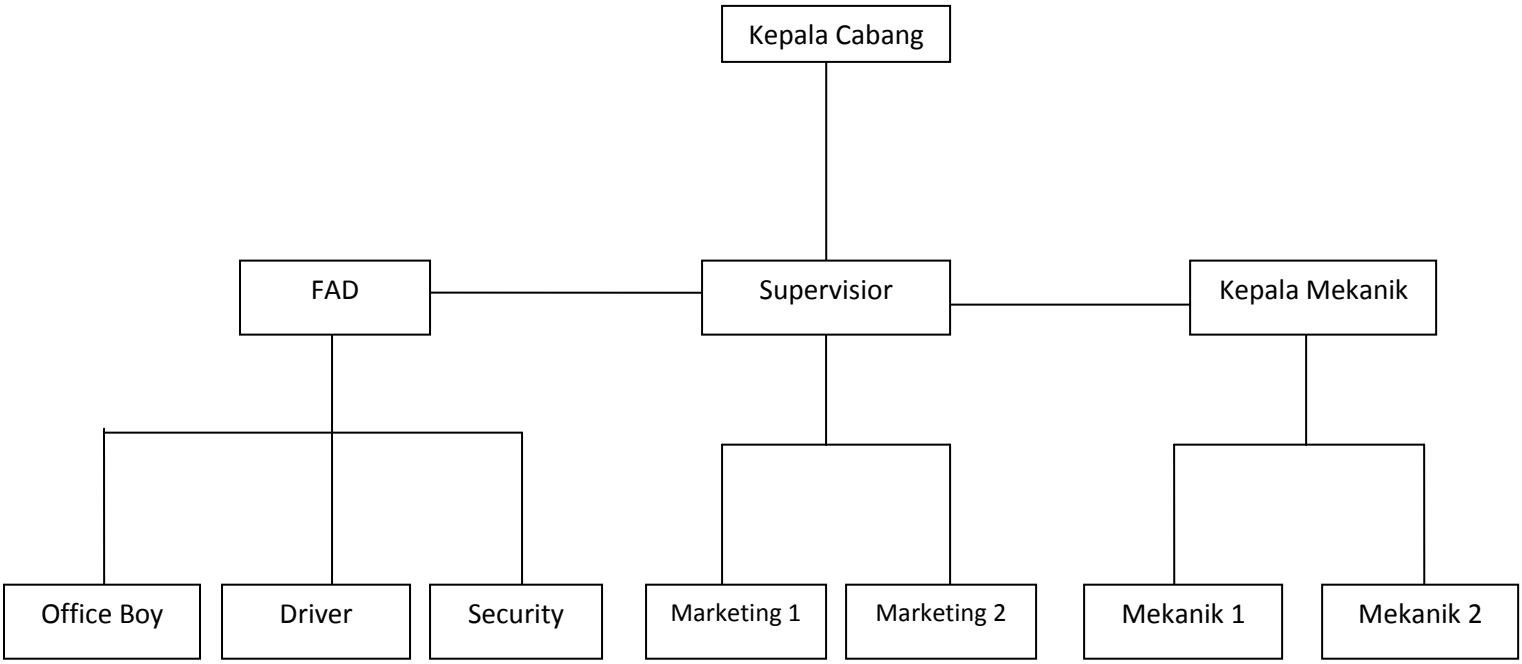
b. Misi

Adapun Misi dari PD Tridjaya Motor Pagaden:

- ❖ Memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen
- ❖ Mengutamakan kepentingan konsumen
- ❖ Kerjasama yang solid bagi setiap karyawan

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dengan mengetahui struktur organisasi suatu perusahaan atau intansi pemerintah ataupun swasta maka akan dapat diperoleh gambaran dan pengetahuan tentang bagian-bagian yang ada dalam perusahaan atau intansi pemerintah atau swasta, serta tanggung jawab dan wewenang dalam melaksanakan tugasnya masing-masing. Untuk lebih jelasnya struktur organisasi yang ada pada PD Tridjaya Motor Pagaden dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: PD Tridjaya Motor

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PD. Tridjaya Motor Pagaden

4.1.3 Job Description

Untuk mempelancar tugas-tugas operasional PD. Tridjaya Motor Pagaden sebagai suatu organisasi memiliki alat pelengkap organisasi. Adapun mengenai penjelasan job description dari struktur organisasi PD. Tridjaya Motor Pagaden, adalah sebagai berikut :

1. Kepala Cabang (sentralayanan)

   Kepala cabang memiliki tugas sebagai berikut:

   - Mengawasi dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan yang dijalankan perusahaan yang dipimpinnya.

- Mendelegasikan wewenang dan tanggung jawab kepada masing-masing kepala koordinasi sesuai dengan bidangnya.
- Menerima laporan dari setiap *department* tentang hasil yang telah dicapai oleh masing-masing koordinator.

2. Bagian Administrasi

   Bagian administrasi bertugas menyusun dan menetapkan pokok-pokok didalam masalah pengeluaran keuangan, anggaran, kalkulasi, pembukuan serta kesejahteraan pegawai.

3. Supervisior

   Tugas-tugas bagian supervisior adalah sebagai berikut:

   - Memantau dan meningkatkan penjualan produk motor
   - Memeriksa hasil laporan penjualan
   - Melaporkan hasil laporan penjualan produk kepada kepala cabang setiap bulannya.

4. Kepala Mekanik

   Memiliki tugas sebagai berikut:

   - Menerima *customer* yang akan melakukan perbaikan motor dan mencatat semua keluhan yang dihadapi *customer*.
   - Memerintahkan tenaga mekanik untuk memperbaikinya.

5. Office Boy

   Office boy bertugas menjaga kebersihan kantor agar selalu terlihat bersih dan nyaman.

6. Driver / Supir

   Supir bertugas menjalankan *delivery process*di *retail chain* dia berada.

7. Security / Satpam

   Satpam bertugas menjaga keamanan dan ketertiban perusahaan.

8. Bagian Marketing

   Tugas dan tanggung jawab kepala bagian marketing:

   a. Menjaga pelaksanaan operasional marketing agar sesuai dengan ketentuan dan peraturan, baik peraturan eksternal maupun peraturan internal. Membantu kepala cabang dalam mencapai target PD. Tridjaya Motor Pagaden.
   b. Memenuhi target dalam mendukung percepatan pelayanan dari aspek hukum, keadministrasian dan dokumentasi, termasuk didalamnya memberikan masukan kepada kepala cabang untuk mencegah terjadinya kerugian baik dari aspek hukum maupun jaminan, membuat strategi dan rencana kerja marketing.
   c. Memberikan *Job Description* pada masing-masingnya. Melakukan penilaian karyawan atau staf, memberikan rekomendasi kenaikan

pangkat atau promosi jabatan, memberikan penghargaan atau hukuman, menetapkan / mengesahkan, merotasi karyawan atau stafnya.

d. Terlaksananya pelayanan yang baik bagi seluruh anggota dan anggota luar PD. Tridjaya Motor Pagaden dengan tetap mengacu pada sistem dan prosedur yang berlaku.

9. Mekanik / *pre delivery inspection* (PDI)

   Mekanik / PDI tugas sebagai berikut:

   - Melaksanakan proses pemeriksaan awal unit motor sebelum dijual sesuai kebutuhan
   - Melaksanakan proses perbaikan motor yang berkualitas serta melayani konsumen dengan baik.

4.1.4 Aktivitas Perusahaan

Tugas utama dari PD. Tridjaya Motor adalah menyediakan produk, mendistribusikan, menjual produk sepeda motor Honda yang berada diwilayah Pagaden dan sekitarnya. Mendapatkan keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan dan mengusahakan penyediaan sepeda motor merek Honda dari berbagai tipe.

Kegiatan yang dijalankan oleh PD. Tridjaya Motor Pagaden meliputi:

1. Penyediaan sepeda motor Honda berbagai tipe.
2. Penjualan sepeda motor Honda berbagai tipe.

3. Pendistribusian sepeda motor Honda.
4. Penyediaan suku cadang asli Honda.
5. Perbaikan dan perawatan sepeda motor Honda.

4.2 Karakteristik Responden

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 70 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 kuesioner terdiri dari dua macam, yaitu data responden dan data penelitian.

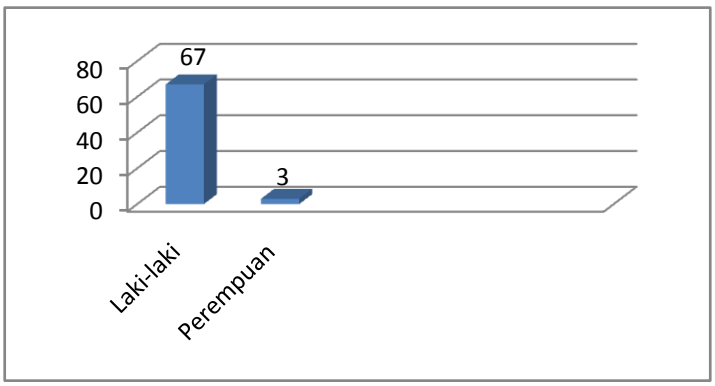
Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi. Sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan atau pernyataan mengenai variabel penelitian, yaitu variabel X1 (Gaya Hidup), X2 (Sikap konsumen) dan variabel Y (Keputusan Pembelian). Variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi.

Penelitian ini dilakukan kepada 70 responden (pembeli motor Honda Blade) di PD. Tridjaya Motor Pagaden. Karakteristik responden meliputi: jenis kelamin, usia, pekerjaan, rata-rata pengeluaran perbulan, dan informasi yang diperoleh tentang motor Honda Blade.

Tabel 4.1
Karaktristik Responden
Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	f	%
1	Laki – laki	67	95,71
2	Perempuan	3	4,29
Jumlah		70	100,00

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2011



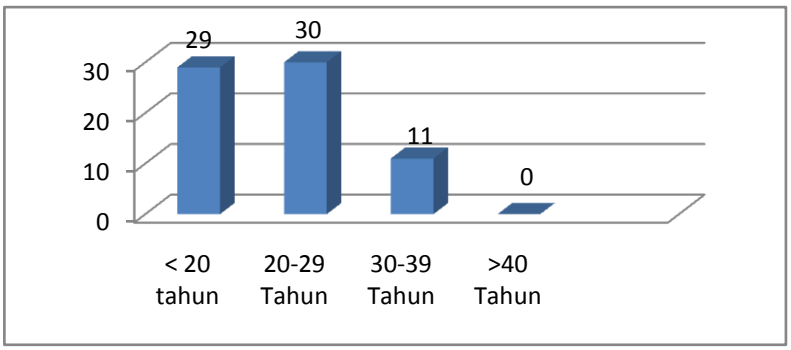
Gambar 4.2
Karaktristik Responden
Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari tabel tersebut dapat dilihat mayoritas responden sebanyak 67 orang (95,71%) berjenis kelamin laki – laki dan 3 orang (4,29%) berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden
Berdasarkan Usia

No	Usia	f	%
1	< 20 tahun	29	41,43
2	20 – 29 tahun	30	42,86
3	30 – 39 tahun	11	15,71
4	> 40 tahun	0	0,00
Jumlah		70	100,00

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2011



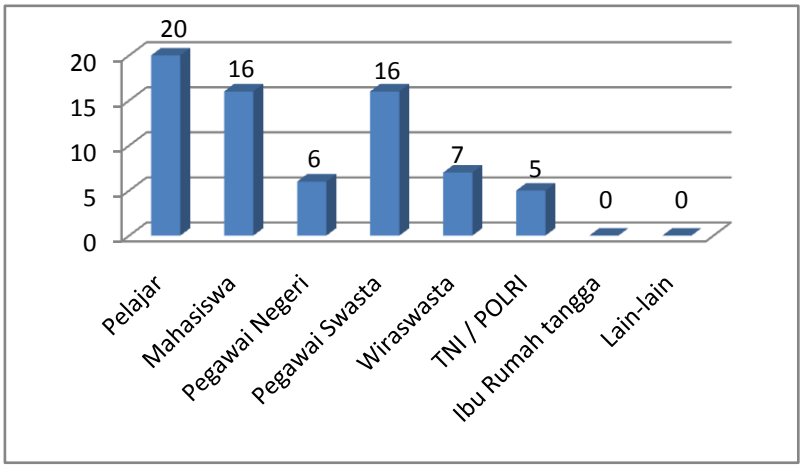
Gambar 4.3
Karaktristik Responden
Berdasarkan Usia

Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan usia. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 30 orang (42,86%) berusia antara 20 – 29 tahun, 29 orang (41,43%) berusia dibawah 20 tahun dan 11 orang (15,71%) berusia antara 30 - 39 tahun.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden
Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	f	%
1	Pelajar	20	28,57
2	Mahasiswa	16	22,86
3	Pegawai Negri	6	8,57
4	Pegawai swasta	16	22,86
5	Wiraswasta	7	10,00
6	TNI / POLRI	5	7,14
7	Ibu rumah tangga	0	0,00
8	lain-lain	0	0,00
Jumlah		70	100,00

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2011



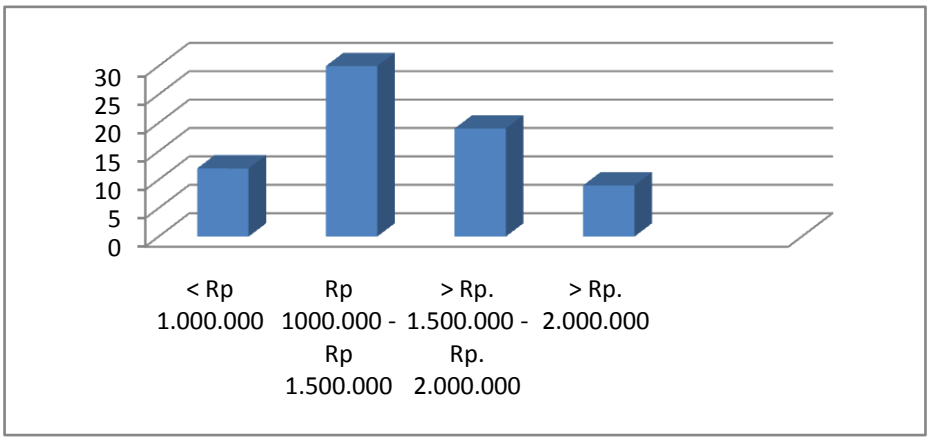
Gambar 4.4
Karaktristik Responden
Berdasarkan Pekerjaan

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 20 orang (28,57%) bekerja sebagai pelajar, masing-masng 16 orang (22,86%) bekerja sebagai mahasiswa dan pegawai swasta, 7 orang (10,00%) bekerja sebagai wiraswasta, 6 orang (8,57%) bekerja sebagai pegawai negri dan 5 orang (7,14%) bekerja sebagai TNI/POLRI.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden
Berdasrkan Pengeluaran Perbulan

No	Pengeluaran Perbulan	f	%
1	< Rp 1,000,000	12	17,14
2	Rp, 1,000,000 – Rp 1,500,000	30	42,86
3	> Rp 1,500,000 – Rp 2,000,000	19	27,14
4	> Rp, 2000,000	9	12,86
Jumlah		70	100,00

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2011



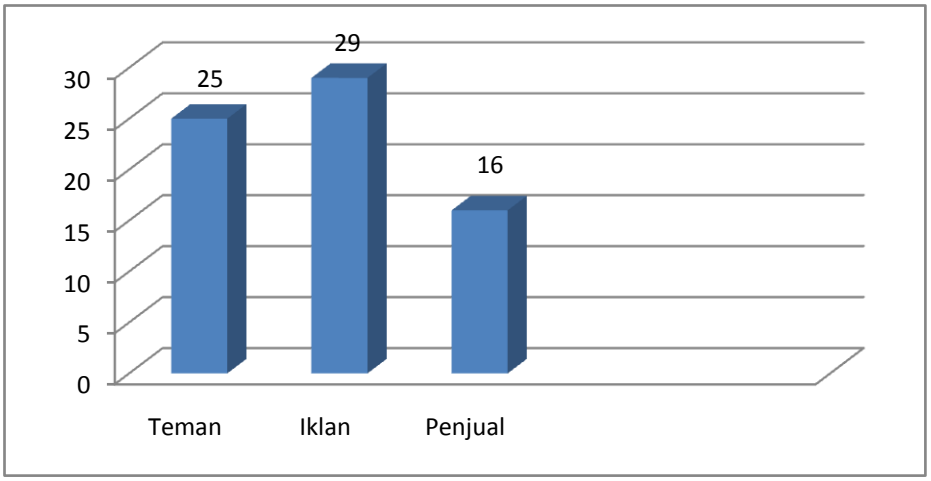
Gambar 4.5
Karaktristik Responden
Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pengeluaran perbulan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 30 orang (42,86%) pengeluaran perbulannya antara Rp 1,000,000 – Rp 1,500,000, 19 orang (27,14%) pengeluaran perbulannya antara >Rp 1,500,000 – Rp 2,000,000, 12 orang (17,14%) pengeluaran perbulannya kurang dari Rp 1,000,000 dan 9 orang (12,86%) pengeluaran perbulannya lebih dari Rp 2,000,000.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden
Berdasarkan Informasi

No	Informasi	f	%
1	Teman/Relasi/Keluarga	25	35,71
2	Iklan	29	41,43
3	Penjual	16	22,86
Jumlah		70	100,00

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2011



Gambar 4.6
Karaktristik Responden
Berdasarkan Informasi

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan informasi. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 29 orang (41,43%) mendapatkan informasi dari teman/relasi/keluarga, 25 orang (35,71%) mendapatkan informasi dari iklan dan 16 orang (22,86%) mendapatkan informasi dari penjual.

4.3 Analisis Deskriptif

Gambaran data hasil penelitian dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran dan tanggapan responden dapat diketahui bagaimana tanggapan responden terhadap setiap indikator variabel yang sedang diteliti. Agar lebih mudah dalam menginterprestasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap skor tanggapan responden. Kategorisasi jumlah skor tanggapan responden dilakukan berdasarkan persentase skor jawaban responden dengan rumus sebagai berikut.

$$\frac{skor\ aktual}{skor\ ideal} x\ 100\%$$

Keterangan:

- Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.

- Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Kriteria presentase Tanggapan Responden

% Jumlah Skor	Tingkat kriteria
20.00% - <36.00%	Sangat Tidak Baik, Sangat Rendah
36.01% - <52.00%	Tidak Baik, Rendah
52.01% - <68.00%	Cukup Baik, Cukup
68.01% - <84.00%	Baik, Tinggi
84.01% - <100%	Sangat Baik, Sangat Tinggi

Sumber : (Umi Narimawati, 2007:85)

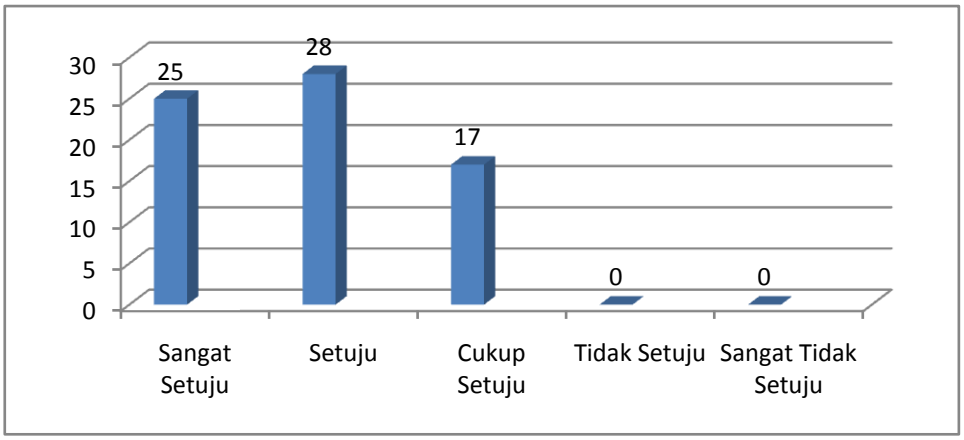
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Gaya Hidup

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan mengenai Gaya Hidup terhadap Produk Honda Blade di PD Tridjaya Motor Pagaden.

Tabel 4.7
Motor Honda Blade Mendukung
Kegiatan Dalam Waktu Luang

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	25	35,71	125
Setuju	4	28	40,00	112
cukup setuju	3	17	24,29	51
tidak setuju	2	0	0,00	0
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100,00**	**288**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.7
Motor Honda Blade Mendukung
Kegiatan Dalam Waktu Luang

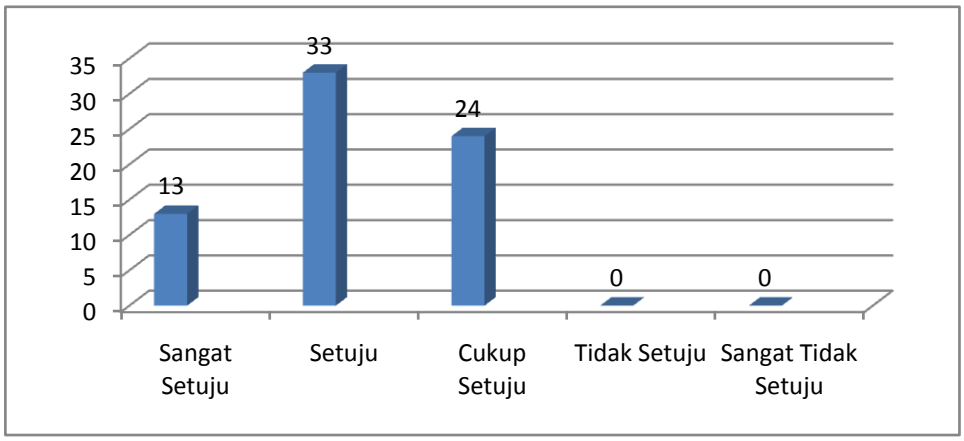
Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Motor Honda Blade mendukung kegiatan dalam waktu luang". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 28 orang (40,00%) menyatakan setuju, 25 orang (35,71%) menyatakan sangat setuju dan 17 orang (24,29%) menyatakan cukup setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 28 dari 70 responden menyatakan bahwa motor Honda Blade mendukung kegiatan dalam waktu luang. Karena aktivitas digambarkan melalui bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka (Sutisna, 2002:145**)**. Dan dapat dipastikan motor Honda Blade mendukung aktivitas dilihat dari hasil tabulasi.

Tabel 4.8
Motor Honda Blade Mendukung
Kegiatan Dalam Waktu Rutin

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	13	18,57	65
Setuju	4	33	47,14	132
cukup setuju	3	24	34,29	72
tidak setuju	2	0	0,00	0
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**269**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.8
Motor Honda Blade Mendukung
Kegiatan Dalam Waktu Rutin

Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Motor Honda Blade mendukung kegiatan dalam waktu rutin". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 33 orang (47,14%) menyatakan setuju, 24 orang (34,29%) menyatakan cukup setuju dan 13 orang (18,57%) menyatakan sangat setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 33 dari 70 responden menyatakan bahwa motor Honda Blade mendukung kegiatan dalam

waktu rutin. Karena aktivitas digambarkan melalui bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka (Sutisna, 2002:145**)**. Dan dapat dipastikan motor Honda Blade mendukung aktivitas dilihat dari hasil tabulasi.

Tabel 4.9
Jumlah Skor Tanggapan Responden Terhadap Indikator Aktivitas

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1	Motor Honda Blade mendukung kegiatan dalam waktu luang anda	**288**	**350**	**82,28**
2	Dalam kegiatan rutin (bekerja kuliah, sekolah) motor Honda Blade digunakan sebagai alat transportasi anda	**269**	**350**	**76,85**
Total		**557**	**700**	**79,57**

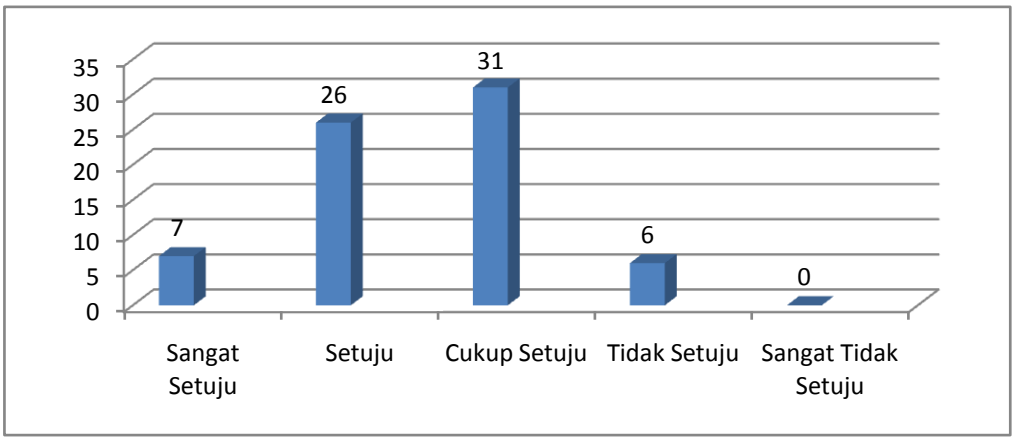
Sumber: data primer yang telah diolah, 2011

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator aktivitas adalah sebesar 79,57%. Hal tersebut menunjukkan bahwa aktivitas berada dalam kategori tinggi.

Tabel 4.10
Anda mempunyai minat yang kuat untuk membeli sepeda motor Honda Blade.

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	7	10,00	35
Setuju	4	26	37,14	104
cukup setuju	3	31	44,29	93
tidak setuju	2	6	8,57	12
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**244**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.9
Anda mempunyai minat yang kuat untuk membeli sepeda motor Honda Blade.

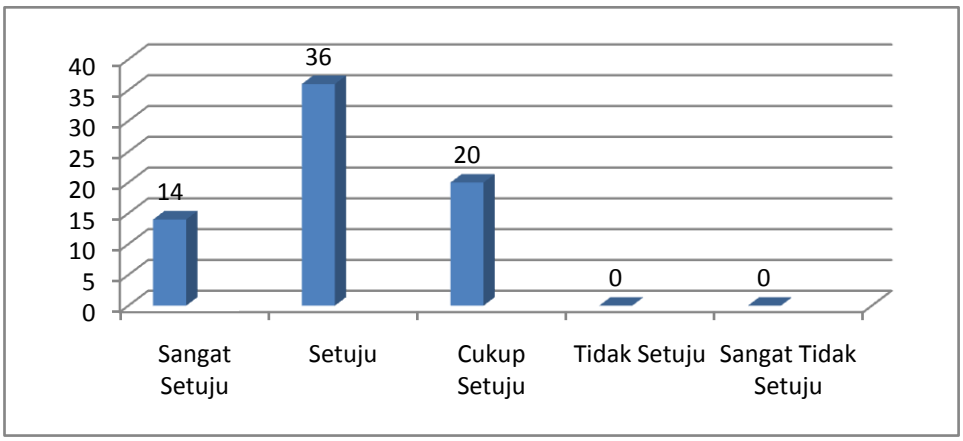
Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Anda mempunyai minat yang kuat untuk membeli motor Honda Blade". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 31 orang (44,29%) menyatakan cukup setuju, 26 orang (37,14%) menyatakan setuju, 7 orang (10,00%) menyatakan sangat setuju dan 6 orang (8,57%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 31 dari 70 responden menyatakan bahwa mereka mempunyai minat yang kuat untuk membeli sepeda motor Honda Blade. Karena minat mengemukakan apa minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut (Risyanti dan John J, 2005:58).

Tabel 4.11
Anda tertarik dengan motor Honda Blade karena keinginan anda menggunakan sebagai alat transportasi

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	14	20,00	70
Setuju	4	36	51,43	144
cukup setuju	3	20	28,57	60
tidak setuju	2	0	0,00	0
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**274**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.10
Anda tertarik dengan motor Honda Blade karena keinginan anda menggunakan sebagai alat transportasi

Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Anda tertarik dengan motor Honda Blade karena keinginan anda menggunakan sebagai alat transportasi". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 36 orang (51,43%) menyatakan setuju, 20 orang (28,57%) menyatakan cukup setuju, dan 14 orang (20,00%) menyatakan sangat setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 36 dari 70 responden menyatakan bahwa mereka tertarik untuk menggunakan sepeda motor

Honda Blade sebagai alat transportasi. Karena minat mengemukakan apa minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut (Risyanti dan John J, 2005:58).

Tabel 4.12
Jumlah Skor Tanggapan Responden Terhadap Indikator Minat

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1	Anda mempunyai minat yang kuat untuk membeli motor Honda Blade	**244**	**350**	**69,71**
2	Anda tertarik dengan motor Honda Blade karena keinginan anda menggunakan sebagai alat tranfortasi	**274**	**350**	**78,28**
Total		**518**	**700**	**74,00**

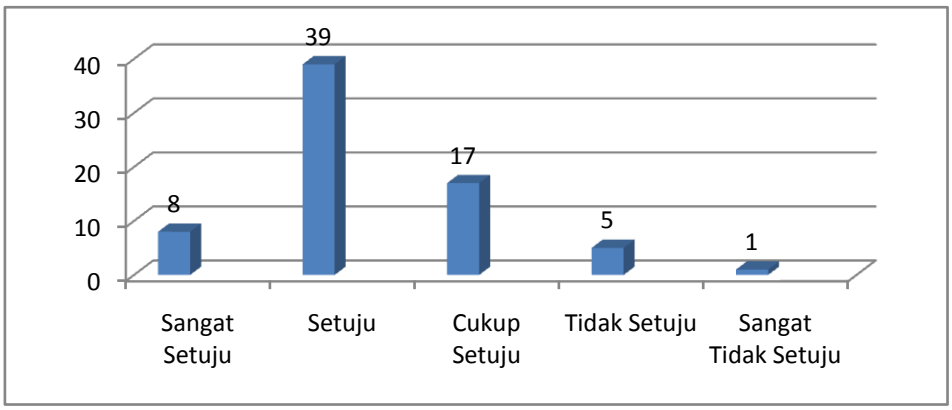
Sumber: data primer yang telah diolah, 2011

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator minat adalah sebesar 74,00%. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat berada dalam kategori tinggi.

Tabel 4.13
Motor Honda Blade Merupakan Ciri Masyarakat Modern

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	8	11,43	40
Setuju	4	39	55,71	156
cukup setuju	3	17	24,29	51
tidak setuju	2	5	7,14	10
sangat tidak setuju	1	1	1,43	1
Total		**70**	**100**	**258**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.11
Motor Honda Blade Merupakan Ciri Masyarakat Modern

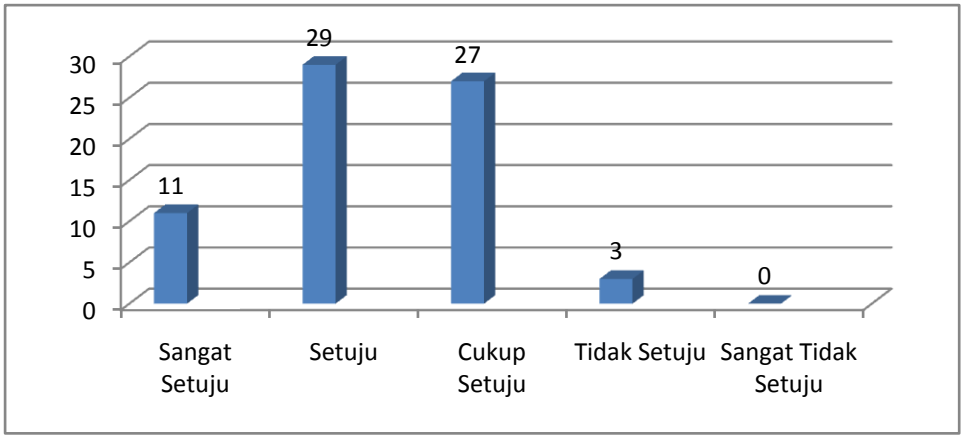
Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Motor Honda Blade merupakan ciri masyarakat modern". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 39 orang (55,71%) menyatakan setuju, 17 orang (24,29%) menyatakan cukup setuju, 8 orang (11,43%) menyatakan sangat setuju, 5 orang (7,14) menyatakan tidak setuju, dan 1 orang (1,43%) menyatakan sangat tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 39 dari 70 responden menyatakan bahwa motor Honda Blade merupakan ciri masyarakat modern. Karena opini merupakan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (Sutisna, 2002:145). Dan dapat dipastikan motor Honda Blade merupakan ciri masyarakat modern.

Tabel 4.14
Penilaian Orang Lain Tentang
Produk Honda Blade Sangat Baik

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	11	15,71	55
Setuju	4	29	41,43	116
cukup setuju	3	27	38,57	81
tidak setuju	2	3	4,29	6
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**258**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.12
Penilaian Orang Lain Tentang
Produk Honda Blade Sangat Baik

Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Menggunakan Honda Blade karena penilaian orang lain tentang produk tersebut sangat baik". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 29 orang (41,43%) menyatakan setuju, 27 orang (38,57%) menyatakan cukup setuju, 11 orang (15,71%) menyatakan sangat setuju, dan 3 orang (4,29%) menyatakan sangat tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 29 dari 70 responden menyatakan bahwa mereka menggunakan motor Honda Blade karena penilaian orang lain tentang produk tersebut sangat baik. Karena opini merupakan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (Sutisna, 2002:145). Dan dapat dipastikan mereka menggunakan motor Honda Blade karena penilaian orang lain tentang produk tersebut sangat baik.

Tabel 4.15
Jumlah Skor Tanggapan Responden Terhadap Indikator Opini

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1	Anda menggunakan motor Honda Blade karena telah menjadi ciri masyarakat modern	**258**	**350**	**73,71**
2	Anda menggunakan motor Honda Blade karena penilaian orang lain terhadap produk tersebut sangat baik	**258**	**350**	**73,71**
Total		**516**	**700**	**73,71**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator opini adalah sebesar 73,71%. Hal tersebut menunjukkan bahwa opini berada dalam kategori baik.

Untuk mengetahui tanggapan responden secara keseluruhan untuk variabel gaya hidup (X1), maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berikut ini adalah tabel rekap skor untuk setiap pertanyaan variabel gaya hidup.

Tabel 4.16
Jumlah Skor Tanggapan Responden Terhadap Gaya Hidup

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1	Motor Honda Blade mendukung kegiatan dalam waktu luang anda	**288**	**350**	**82,28**
2	Dalam kegiatan rutin (bekerja kuliah, sekolah) motor Honda Blade digunakan sebagai alat transportasi anda	**269**	**350**	**76,85**
3	Anda mempunyai minat yang kuat untuk membeli motor Honda Blade.	**244**	**350**	**69,71**
4	Anda tertarik dengan motor Honda Blade karena keinginan anda menggunakan sebagai alat tranfortasi	**274**	**350**	**78,28**
5	Anda menggunakan motor Honda Blade karena telah menjadi ciri masyarakat modern	**258**	**350**	**73,71**
6	Anda menggunakan motor Honda Blade karena penilaian orang lain terhadap produk tersebut sangat baik	**258**	**350**	**73,71**
Total		**1591**	**2100**	**75,76**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011

Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap gaya hidup secara umum, maka dibuat pengkategorian sebagai berikut:

Menghitung jarak interval untuk 6 pertanyaan dengan 70 responden

Nilai indeks Maksimum = Skor maksimum x Jumlah pertanyaan x Responden (n)

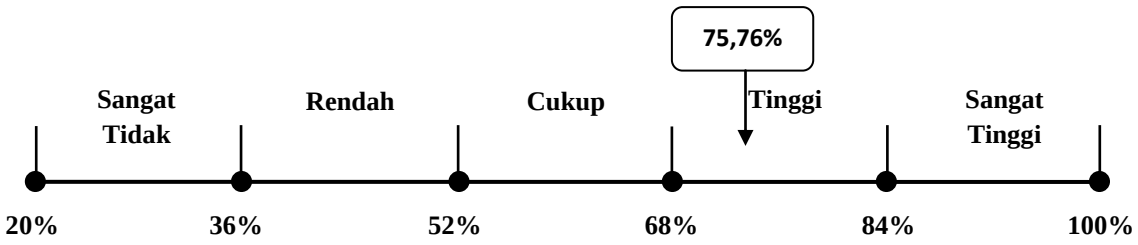
= 5 x 6 x 70

= 2100

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \text{ X } 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{1591}{2100} \text{ X } 100\% = 75{,}76\%$$

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tersebut tampak sebagai berikut:



Gambar 4.13

Kategori Variabel Gaya Hidup terhadap Produk Honda Blade di PD Tridjaya Motor Pagaden

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap Gaya Hidup adalah sebesar 75,76%. Hal tersebut menunjukkan bahwa Gaya Hidup berada dalam kategori tinggi.

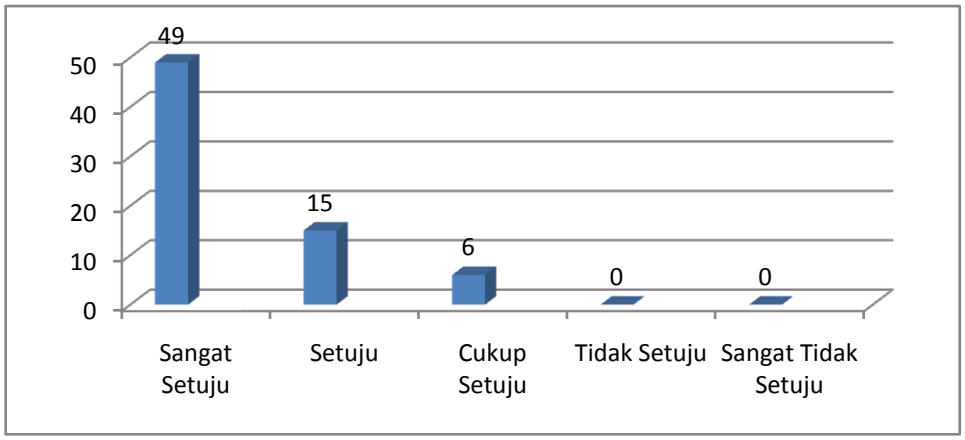
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Sikap Konsumen

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan mengenai Sikap terhadap Produk Honda Blade di PD Tridjaya Motor Pagaden.

Tabel 4.17
Pengetahuan Tentang Spesifikasi Motor Honda Blade

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	49	70,00	245
Setuju	4	15	21,43	60
cukup setuju	3	6	8,57	18
tidak setuju	2	0	0,00	0
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**323**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.14
Pengetahuan Tentang Spesifikasi Motor Honda Blade

Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Pengetahuan tentang spesifikasi motor Honda Blade". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 49 orang (70,00%) menyatakan sangat setuju, 15 orang (21,43%) menyatakan setuju, dan 6 orang (8,57%) menyatakan cukup setuju.

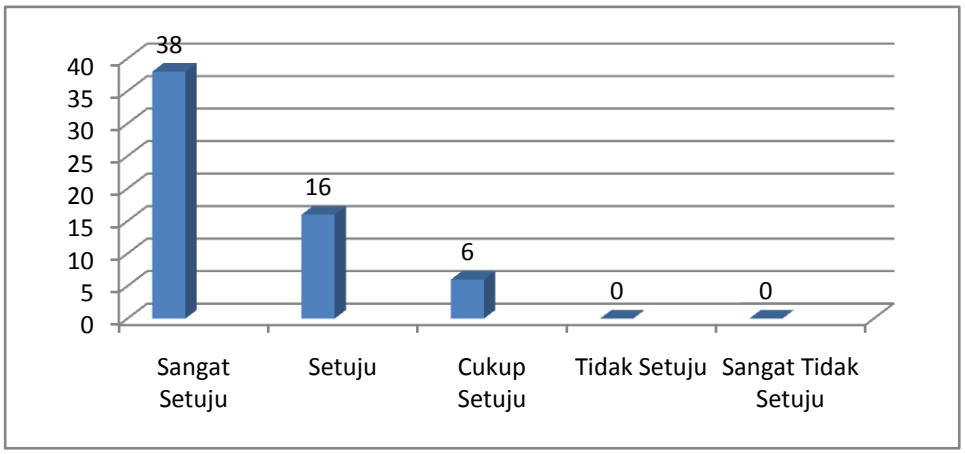
Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 49 dari 70 responden menyatakan bahwa mereka memiliki pengetahuan tentang spesifikasi motor Honda Blade. Karena Komponen Kognitif, merupakan komponen kepercayaan yang didasari oleh pengetahuan, persepsi dan pengalaman seseorang

mengenai suatu obyek (Engel, 2002:325). Dan dapat dipastikan mereka memiliki pengetahuan tentang spesifikasi motor Honda Blade.

Tabel 4.18
Motor Honda Blade Merupakan Motor
Yang Berkualitas Baik

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	38	54,29	190
Setuju	4	26	37,14	104
cukup setuju	3	6	8,57	18
tidak setuju	2	0	0,00	0
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**312**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.15
Motor Honda Blade Merupakan Motor
Yang Berkualitas Baik

Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Motor Honda Blade merupakan motor yang berkualitas baik". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 38 orang (54,29%) menyatakan sangat setuju, 26

orang (37,14%) menyatakan setuju, dan 6 orang (8,57%) menyatakan cukup setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 48 dari 70 responden menyatakan bahwa mereka berpendapat bahwa sepeda motor Honda Blade merupakan motor yang memiliki kualitas yang baik. Karena dalam sikap terdapat Komponen Kognitif, yang merupakan komponen kepercayaan yang didasari oleh pengetahuan, persepsi dan pengalaman seseorang mengenai suatu obyek (Engel, 2002:325). Dan dapat dipastikan responden menyatakan bahwa motor Honda Blade memiliki kualitas yang baik.

Tabel 4.19
Jumlah Skor Tanggapan Responden Terhadap
Indikator Komponen Kognitif

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1	Motor Honda Blade mendukung kegiatan dalam waktu luang anda	**323**	**350**	**92,28**
2	Dalam kegiatan rutin (bekerja kuliah, sekolah) motor Honda Blade digunakan sebagai alat transportasi anda	**312**	**350**	**89,14**
Total		**635**	**700**	**90,71**

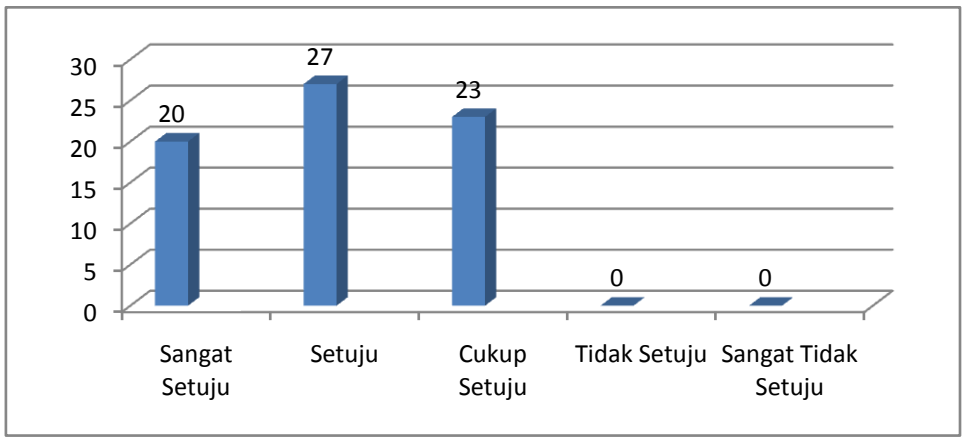
Sumber: data primer yang telah diolah, 2011

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator komponen kogitif adalah sebesar 73,71%. Hal tersebut menunjukkan bahwa komponen kognitif berada dalam kategori baik.

Tabel 4.20
Keinginan Akan Sepeda Motor Honda Blade

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	20	28,57	100
Setuju	4	27	38,57	108
cukup setuju	3	23	32,86	69
tidak setuju	2	0	0,00	0
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**277**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.16
Keinginan Akan Sepeda Motor Honda Blade

Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Anda sangat ingin membeli sepeda motor Honda Blade". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 27 orang (38,57%) menyatakan setuju, 23 orang (32,86%) menyatakan cukup setuju, dan 20 orang (28,57%) menyatakan sangat setuju.

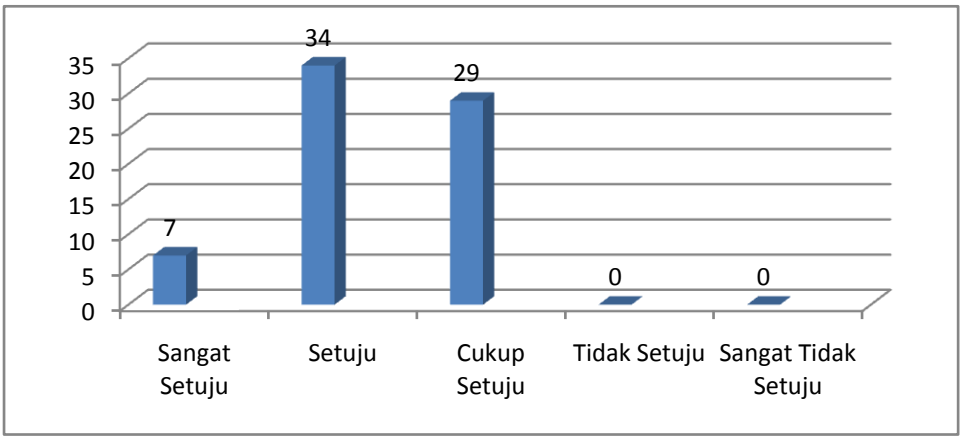
Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 27 dari 70 responden menyatakan bahwa ada keinginan untuk membeli sepeda motor Honda

Blade karena adanya keinginan dari diri sendiri. Karena dalam sikap terdapat Komponen Afektif (perasaan), yang merupakan emosi-emosi yang ada pada diri seseorang dalam kaitannya dengan suatu obyek atau merek (Engel, 2002:325). Dan dapat dipastikan responden berpendapat bahwa adanya keinginan membeli sepeda motor Honda Blade.

Tabel 4.21
Kesukaan Akan Sepeda Motor Honda Blade

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	7	10,00	35
Setuju	4	34	48,57	136
cukup setuju	3	29	41,43	87
tidak setuju	2	0	0,00	0
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**258**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.17
Kesukaan Akan Sepeda Motor Honda Blade

Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Anda sangat menyukai tipe dan model dari sepeda motor Honda Blade". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 34 orang (48,57%) menyatakan

setuju, 29 orang (41,43%) menyatakan cukup setuju, dan 7 orang (10,00%) menyatakan sangat setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 34 dari 70 responden menyatakan bahwa mereka menyukai model dan tipe dari sepeda motor Honda Blade. Karena dalam sikap terdapat Komponen Afektif (perasaan), yang merupakan emosi-emosi yang ada pada diri seseorang dalam kaitannya dengan suatu obyek atau merek (Engel, 2002:325). Dan dapat dipastikan responden berpendapat bahwa mereka suka dengan model dan tipe sepeda motor Honda Blade.

Tabel 4.22
Jumlah Skor Tanggapan Responden Terhadap Indikator Komponen Afektif

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1	Anda sangat ingin membeli sepeda motor Honda Blade.	**277**	**350**	**79,14**
2	Anda sangat menyukai tipe dan model dari sepeda motor Honda Blade	**258**	**350**	**73,71**
Total		**535**	**700**	**76,42**

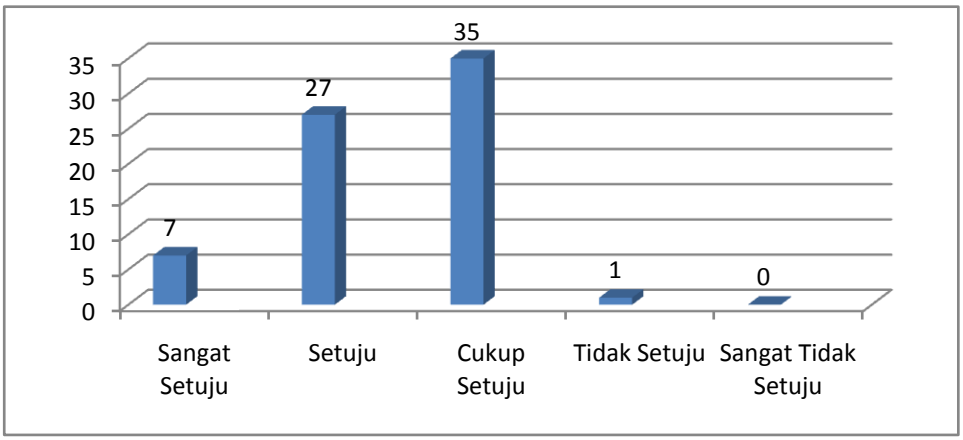
Sumber: data primer yang telah diolah, 2011

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator komponen afektif adalah sebesar 73,71%. Hal tersebut menunjukkan bahwa komponen afektif berada dalam kategori baik.

Tabel 4.23
Memiliki Dorongan Yang Kuat Untuk Membeli
Sepeda Motor Honda Blade

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	7	10,00	35
Setuju	4	27	38,57	108
cukup setuju	3	35	50,00	105
tidak setuju	2	1	1,43	2
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**250**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.18
Memiliki Dorongan Yang Kuat Untuk Membeli
Sepeda Motor Honda Blade

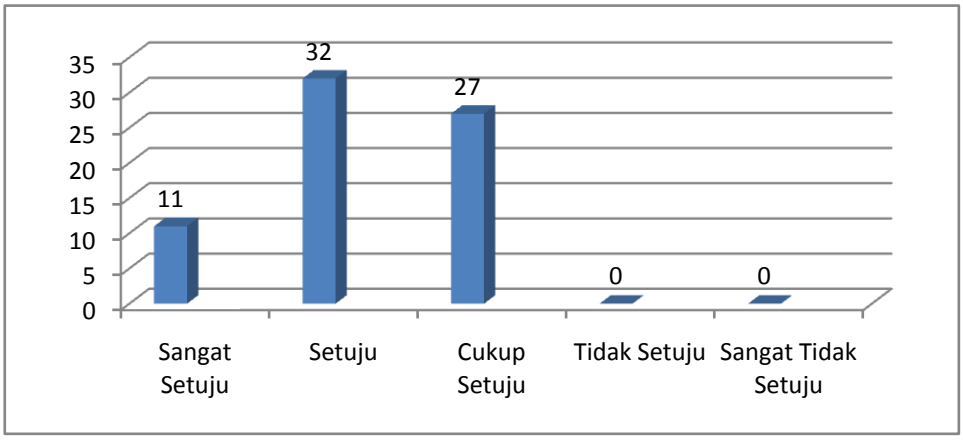
Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Memiliki dorongan yang kuat untuk membeli sepeda motor Honda Blade". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 35 orang (50,00%) menyatakan cukup setuju, 27 orang (38,57%) menyatakan setuju, 7 orang (10,00%) menyatakan sangat setuju, dan 1 orang (1,43%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 35 dari 70 responden menyatakan bahwa mereka memiliki dorongan yang kuat untuk membeli sepeda motor Honda Blade. Karena dalam sikap terdapat Komponen Konatif (kecenderungan bertindak), merupakan kesiapan untuk berperilaku tertentu yang didasari oleh suatu sikap tertentu atau maksud membeli (Engel, 2002:325). Dan dapat dipastikan responden berpendapat bahwa mereka memiliki dorongan yang kuat untuk membeli sepeda motor Honda Blade.

Tabel 4.24
Membeli Sepeda Motor Honda Blade Merupakan Tindakan Terbaik

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	11	15,71	55
Setuju	4	32	45,71	128
cukup setuju	3	27	38,57	81
tidak setuju	2	0	0,00	0
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**264**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.19
Membeli Sepeda Motor Honda Blade Merupakan Tindakan Terbaik

Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Membeli sepeda motor Honda Blade merupakan tindakan terbaik". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 32 orang (45,71%) menyatakan setuju, 27 orang (38,57%) menyatakan cukup setuju, dan 11 orang (15,71%) menyatakan sangat setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 32 dari 70 responden menyatakan bahwa dengan membeli sepeda motor Honda Blade merupakan tindakan terbaik. Karena dalam sikap terdapat Komponen Konatif (kecenderungan bertindak), merupakan kesiapan untuk berperilaku tertentu yang didasari oleh suatu sikap tertentu atau maksud membeli (Engel, 2002:325). Dan dapat dipastikan dengan membeli sepeda motor Honda Blade merupakan tindakan terbaik.

Tabel 4.25
Jumlah Skor Tanggapan Responden Terhadap
Indikator Komponen Konatif

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1	Anda menggunakan motor Honda Blade karena telah menjadi ciri masyarakat modern	**250**	**350**	**71,42**
2	Anda menggunakan motor Honda Blade karena penilaian orang lain terhadap produk tersebut sangat baik	**264**	**350**	**75,42**
Total		**514**	**700**	**73,42**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator komponen konatif adalah sebesar 73,42%. Hal tersebut menunjukkan bahwa komponen konatif berada dalam kategori baik.

Untuk mengetahui tanggapan responden secara keseluruhan untuk variabel sikap (X2), maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berikut ini adalah tabel rekap skor untuk setiap pertanyaan variabel sikap.

Tabel 4.26
Jumlah Skor Tanggapan Responden Terhadap Sikap

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1	Anda memiliki pengetahuan tentang spesifikasi Honda Blade sebelum anda membelinya	**323**	**350**	**92,28**
2	Anda berpendapat bahwa motor Honda Blade merupakan motor yang berrkualitas baik	**312**	**350**	**89,14**
3	Anda sangat ingin membeli sepeda motor Honda Blade.	**277**	**350**	**79,14**
4	Anda sangat menyukai tipe dan model dari sepeda motor Honda Blade	**258**	**350**	**73,71**
5	Anda memiliki dorongan yang kuat untuk membeli sepeda motor Honda Blade	**250**	**350**	**71,42**
6	Anda membeli Honda Blade merupakan tindakan yang terbaik	**264**	**350**	**75,42**
Total		**1684**	**2100**	**80,19**

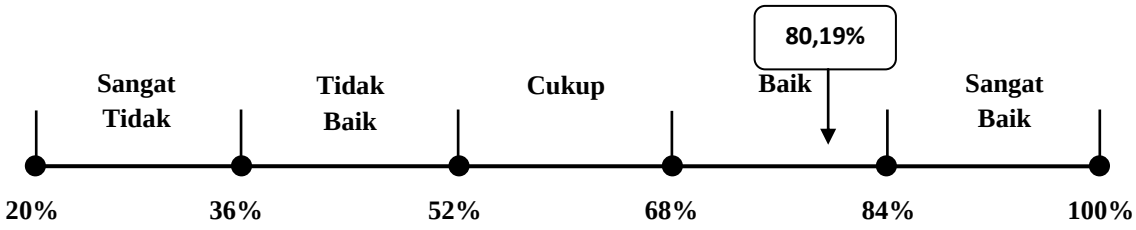
Sumber: data primer yang telah diolah, 2011

Berdasarkan tabel diatas, maka untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap sikap konsumen dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \text{ X } 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{1684}{2100} \text{ X } 100\% = 80{,}19\%$$

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tersebut tampak sebagai berikut:



Gambar 4.20

Kategori Variabel Sikap Konsumen terhadap Produk Honda Blade di PD Tridjaya Motor Pagaden

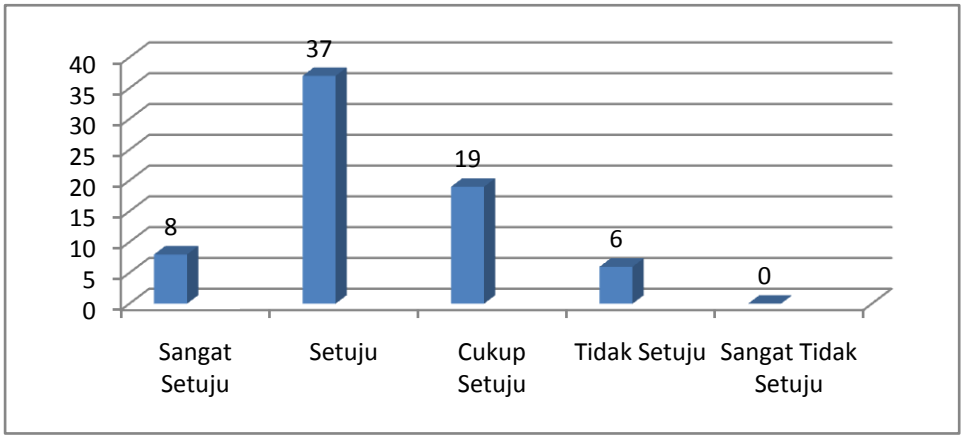
Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap sikap konsumen adalah sebesar 80,19%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sikap konsumen berada dalam kategori baik.

4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4.27
Anda Merasa Mempunyai Kebutuhan / Keinginan
Untuk Membeli Sepeda Motor Honda Blade

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	8	11,43	40
Setuju	4	37	52,86	148
cukup setuju	3	19	27,14	57
tidak setuju	2	6	8,57	12
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**257**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.21
Anda Merasa Mempunyai Kebutuhan / Keinginan
Untuk Membeli Sepeda Motor Honda Blade

Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "anda merasa mempunyai kebutuhan / keinginan untuk membeli sepeda motor Honda Blade". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 37 orang (52,86%) menyatakan setuju, 19 orang (27,14%) menyatakan cukup setuju,

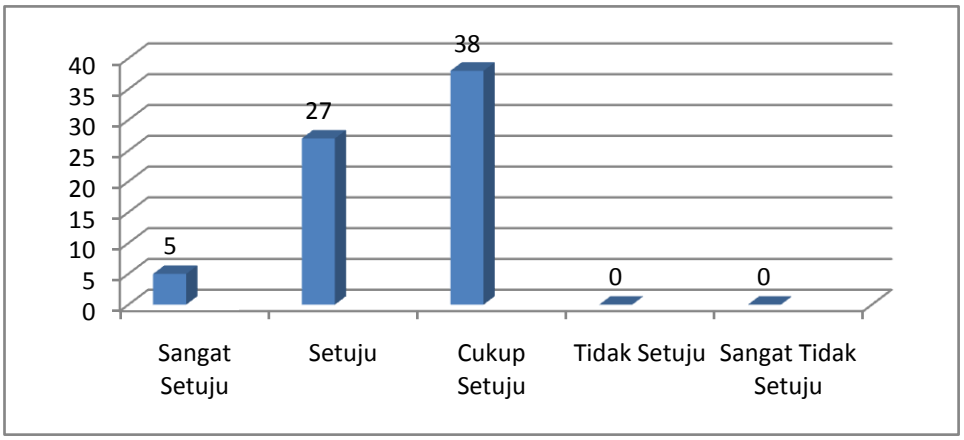
8 orang (11,43%) menyatakan sangat setuju, dan 6 orang (8,57%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 37 dari 70 responden menyatakan bahwa mereka membeli sepeda motor Honda Blade karena adanya kebutuhan dan keinginan. Menurut (Kotler dan Armstong, 2004:204) Proses pembelian dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan.

Tabel 4.28
Anda Berusaha Mencari Informasi Lebih Lanjut Mengenai Motor Honda Blade

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	5	7,14	25
Setuju	4	27	38,57	108
cukup setuju	3	38	54,29	114
tidak setuju	2	0	0,00	0
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**247**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.22
Anda Berusaha Mencari Informasi Lebih Lanjut Mengenai Motor Honda Blade

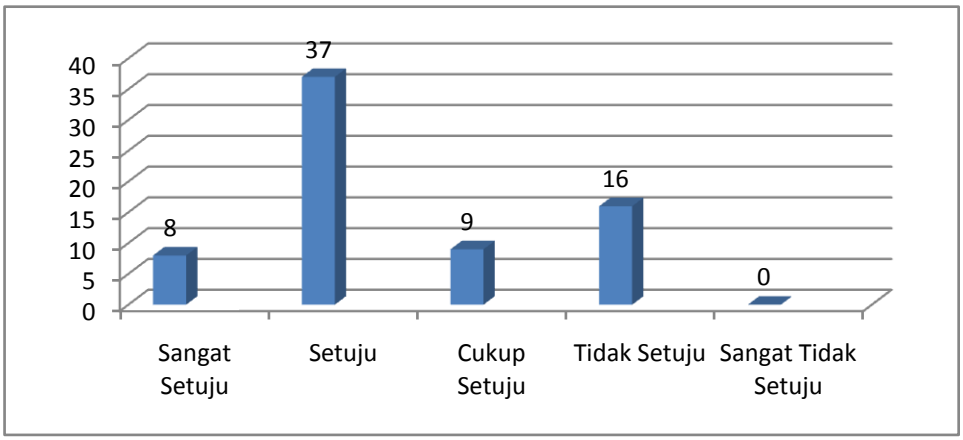
Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "pencarian informasi lebih lanjut mengenai sepeda motor Honda Blade". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 38 orang (54,29%) menyatakan cukup setuju, 27 orang (38,57%) menyatakan setuju, 5 orang (7,14%) menyatakan sangat setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 38 dari 70 responden menyatakan bahwa mereka mencari informasi lebih lanjut mengenai sepeda Motor Honda Blade.

Tabel 4.29
Anda Tetap Mencari Informasi Motor Lain
Walaupun Telah Mengenal Honda Blade

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	8	11,43	40
Setuju	4	37	52,86	148
cukup setuju	3	9	12,86	27
tidak setuju	2	16	22,86	32
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**247**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.23
Anda Tetap Mencari Informasi Motor Lain
Walaupun Telah Mengenal Honda Blade

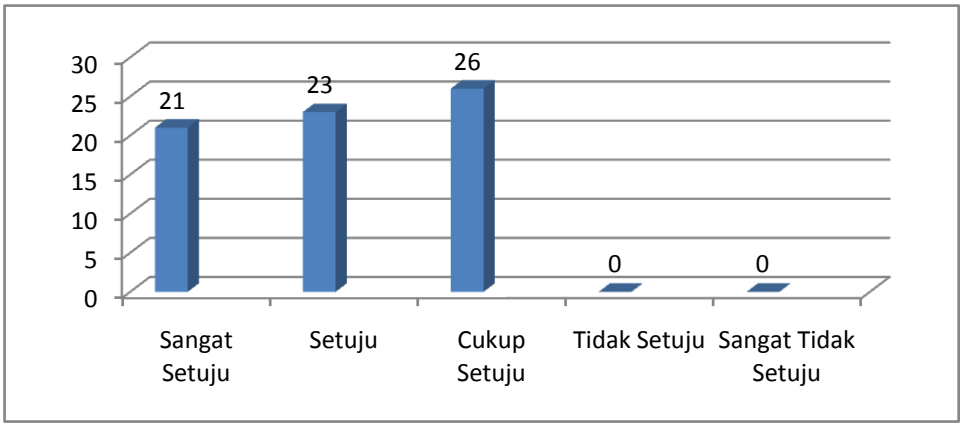
Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "mencari informasi motor lain walaupun telah mengenal Honda Blade". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 37 orang (52,86%) menyatakan setuju, 16 orang (22,86%) menyatakan tidak setuju, 9 orang (12,86%) menyatakan cukup setuju, dan 8 orang (11,43%) menyatakan sangat setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 37 dari 70 responden menyatakan bahwa mereka tetap mencari informasi motor lain walaupun telah mengenal sepeda motor Honda Blade.

Tabel 4.30
Anda Membeli Honda Blade Karena Telah Membandingkan Dengan Motor Lain

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	21	30,00	105
Setuju	4	23	32,86	92
cukup setuju	3	26	37,14	78
tidak setuju	2	0	0,00	0
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**275**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.24
Anda Membeli Honda Blade Karena Telah Membandingkan Dengan Motor Lain

Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Honda Blade menjadi salah satu alternatif setelah membandingkan dengan motor lainnya". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 26

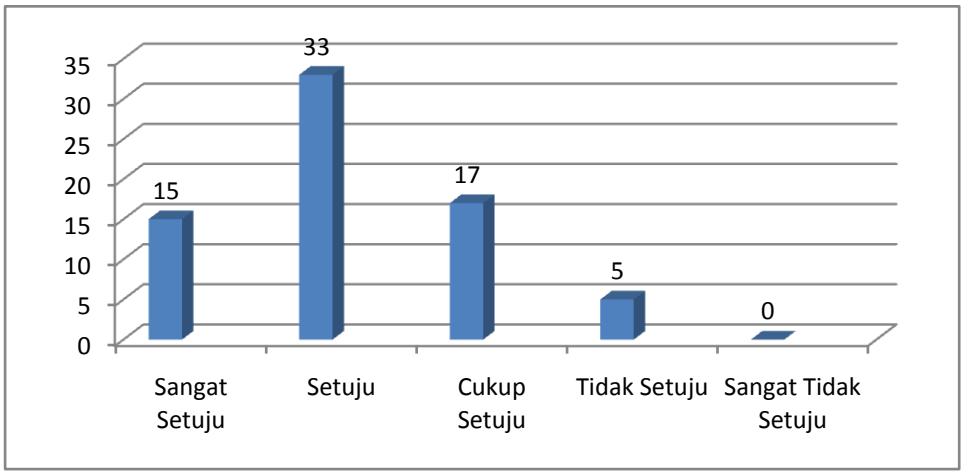
orang (37,14%) menyatakan cukup setuju, 23 orang (32,86%) menyatakan setuju, dan 21 orang (30,00%) menyatakan sangat setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 26 dari 70 responden menyatakan bahwa sepeda motor Honda Blade menjadi salah satu alternatif merek di dalam serangkaian pilihan alat transportasi. Cara konsumen mengevaluasi alternatif pembelian tergantung pada konsumen individu dan situasi pembelian tertentu. Dalam beberapa kasus, konsumen menggunakan kalkulasi yang cermat dan pikiran yang logis dalam memilih merek produk yang dibutuhkan (Kotler dan Keler, 2009:184)

Tabel 4.31
Anda Merasa Puas Setelah Membeli
Sepeda Motor Honda Blade

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
sangat setuju	5	15	21,43	75
Setuju	4	33	47,14	132
cukup setuju	3	17	24,29	51
tidak setuju	2	5	7,14	10
sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**70**	**100**	**268**

Sumber: data primer yang telah diolah, 2011



Gambar 4.25
Anda Merasa Puas Setelah Membeli
Sepeda Motor Honda Blade

Tabel dan gambar diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Anda merasa puas setelah membeli sepeda motor Honda Blade". Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 33 orang (47,14%) menyatakan setuju, 17 orang (24,29%) menyatakan cukup setuju, 15 orang (21,43%) menyatakan sangat setuju, dan 5 orang (7,14%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa puas setelah membeli sepeda motor Honda Blade. Menurut Kotler dan Keller (2009:190) yang menentukan puas tidak puasnya pembelian terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan kinerja produk yang dirasakan. Jika kinerja tidak memenuhu harapan, konsumen kecewa; jika memenuhi harapan, konsumen puas; jika melebihi harapan, konsumen sangat puas. Perasaan ini menentukan apakah pelanggan membeli produk kembali dan membicarakan hal-hal menyenangkan atau tidak menyenangkan tentang produk kepada orang lain.

Tabel 4.32
Jumlah Skor Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1	Anda merasa mempunyai kebutuhan/keinginan untuk membeli Motor Honda Blade	**257**	**350**	**73,42**
2	Anda berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai Motor Honda Blade	**247**	**350**	**70,57**
3	Anda tetap mencari informasi motor lain walaupun telah mengenal Motor Honda Blade	**247**	**350**	**70,57**
4	Anda membeli produk Motor Honda Blade karena telah membandingkan dengan motor pesaing	**275**	**350**	**78,57**
5	Anda merasa puas setelah menggunakan produk Motor Honda Blade	**268**	**350**	**76,57**
Total		**1294**	**1750**	**73,94**

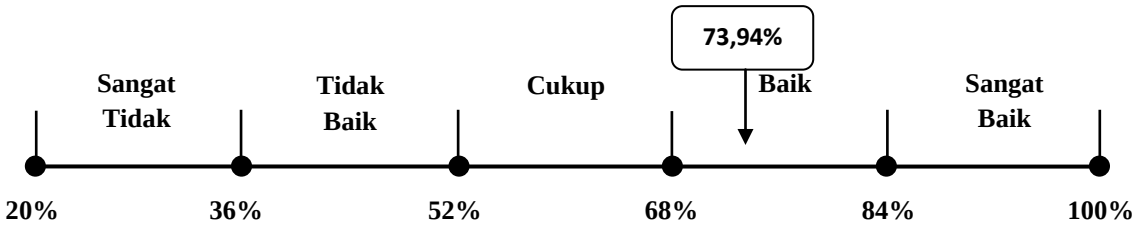
Sumber: data primer yang telah diolah, 2011

Berdasarkan tabel diatas, maka untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap sikap konsumen dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \text{ X } 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{1294}{1750} \text{ X } 100\% = 73{,}94\%$$

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tersebut tampak sebagai berikut:



Gambar 4.26
Kategori Variabel Keputusan Pembelian terhadap Produk Honda Blade di PD Tridjaya Motor Pagaden

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 73,94%. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian berada dalam kategori baik.

4.4 Analisis Verifikatif

Dalam pengujian hipotesis penelitian, penulis menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan analisis korelasi berganda.Metode ini dapat menjelaskan Pengaruh Faktor Gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan mengolah data dan informasi yang dikumpulkan dengan menggunakan statistik.

4.4.1 Keterkaitan antar Gaya Hidup dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan pembelian

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk melihat pengaruh *Gaya Hidup* (X1) dan *Sikap konsumen* (X2) Terhadap *Keputusan pembelian* (Y), maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = \beta 0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

$\hat{Y}$ = *Keputusan pembelian*

X_1 = *Gaya Hidup*

X_2 = *Sikap konsumen*

β_0 = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

Hasil pengolahan *software SPSS 13* untuk analisis regresi berganda disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.33
Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-.937	1.400		-.670	.505			
	Gaya Hidup	.395	.130	.401	3.039	.003	.710	.348	.246
	Sikap Konsumen	.421	.141	.392	2.975	.004	.709	.342	.240

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\hat{Y} = -0{,}937 + 0{,}395\ X_1 + 0{,}421\ X_2$$

Nilai koefisien regresi pada variabel-variabel bebasnya menggambarkan apabila diperkirakan variabel bebasnya naik sebesar satu persen dan nilai variabel bebas lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel

terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel bebasnya.

Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar -0,937. Artinya, jika variabel *Keputusan pembelian* (Y) tidak dipengaruhi oleh kedua variabel bebasnya (*Gaya Hidup* dan *Sikap konsumen* bernilai nol), maka besarnya rata-rata persentase *Keputusan pembelian* akan bernilai -0,937.

Tanda koefisien regresi variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan *Keputusan pembelian*. Koefisien regresi untuk variabel bebas X_1 bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara *Gaya Hidup* (X_1) dengan *Keputusan pembelian* (Y). Koefisien regresi variabel X_1 sebesar 0,395 mengandung arti untuk setiap pertambahan *Gaya Hidup* (X_1) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya *Keputusan pembelian* (Y) sebesar 0,395.

Tanda koefisien regresi variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan *Keputusan pembelian*. Koefisien regresi untuk variabel bebas X_2 bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara *Sikap konsumen* (X_2) dengan *Keputusan pembelian* (Y). Koefisien regresi variabel X_2 sebesar 0,421 mengandung arti untuk setiap pertambahan *Sikap konsumen* (X_2) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya *Keputusan pembelian* (Y) sebesar 0,421.

b. Analisis Korelasi Berganda

1. Analisis Korelasi Parsial

Secara parsial, masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengaruh secara parsial tersebut ditunjukkan melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.34

Besarnya Korelasi Parsial dan Pengaruh Secara Parsial

Coefficients(a)

Model		Correlations		
		Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)			
	Gaya Hidup	.710	.348	.246
	Sikap	.709	.342	.240

a Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan output di atas, diketahui koefisien korelasi parsial antara Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0, 348. Koefisien korelasi bertanda positif menunjukkan hubungan parsial yang terjadi antara Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian Konsumen adalah berbanding lurus, dimana peningkatan Gaya Hidup akan diikuti oleh peningkatan Keputusan Pembelian Konsumen. Maka hubungan yang terjadi antara Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian Konsumen berada dalam kategori hubungan yang rendah (interval 0,20-0,399).

Sikap Konsumen akan diikuti oleh peningkatan Keputusan Pembelian Konsumen. Nilai 0,342 menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara Sikap

Konsumen dengan Keputusan Pembelian Konsumen berada dalam kategori hubungan yang rendah (interval 0,20-0,399).

2. Analisis Korelasi Simultan

Untuk mengetahui hubungan secara bersama-sama antara Gaya Hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian digunakan analisis korelasi berganda (R).

Tabel 4.35

Analisis Korelasi Simultan

Model Summary

Model	R	R Square
1	.750[a]	.562

a. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Gaya Hidup

Berdasarkan hasil output *software SPSS* di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,750. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel Gaya Hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian.

c. Analisis Determinasi

Besarnya pengaruh Gaya Hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian, dapat ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

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

= (0,750)² x 100%

= 56,2 %

Tabel 4.36

Analisis Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square
1	.750[a]	.562

a. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Gaya Hidup

Berdasarkan hasil output *software SPSS* di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,562 atau 56,2%. Artinya, variabel-variabel Gaya Hidup dan sikap konsumen memberikan pengaruh sebesar 56,2% terhadap keputusan pembelian (Y). Sedangkan sisanya sebesar 43,8% keputusan pembelian (Y) dapat diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maka dilakukan dengan cara nilai *beta* X *zero order* pada output SPSS sebagai berikut :

Tabel 4.37
Determinasi Secara Parsial
Coefficients(a)

Model		Standardized Coefficients	Correlations		
		Beta	Zero-order	Pengaruh Secara Parsial	Pengaruh Secara Parsial (%)
1	(Constant)				
	Gaya Hidup	.401	.710	0,284	28,4%
	Sikap	.392	.709	0,278	27,8%

Berikut disajikan hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus *beta* X *zero order* :

1. Variabel Gaya Hidup = 0,401 x 0,710 = 0,284 atau 28,4%
2. Variabel Sikap Konsumen = 0,392 x 0,709 = 0,278 atau 27,8%

Dari hasil perhitungan secara parsial di atas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling berengaruh terhadap variabel terikat adalah variabel Gaya Hidup (X_1) sebesar 28,4% dan diikuti dengan variabel Sikap (X_2) sebesar 27,8% maka total pengaruh secara keseluruhan sebesar 56,2% dan sisanya 43,8% merupakan variabel lain yang tidak diteliti.

4.4.2 Pengujian Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Secara Overall / Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama atas suatu variabel tidak bebas digunakan uji-F.

H_0 :Gaya Hidup dan sikap konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Ha :Gaya Hidup dan sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian

$\alpha = 5\%$

Statistik Uji:

$$F = \frac{R^2(n - k - 1)}{k\left(1 - R^2\right)}$$

Kriteria Uji : 1. Terima H_0 jika F hitung < F tabel

2. Tolak H_0 jika F hitung ≥ F tabel

F tabel = $F_{\alpha ; (df1, df2)}$; df1 = k , df2 = n-k-1

Hasil uji F berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.38

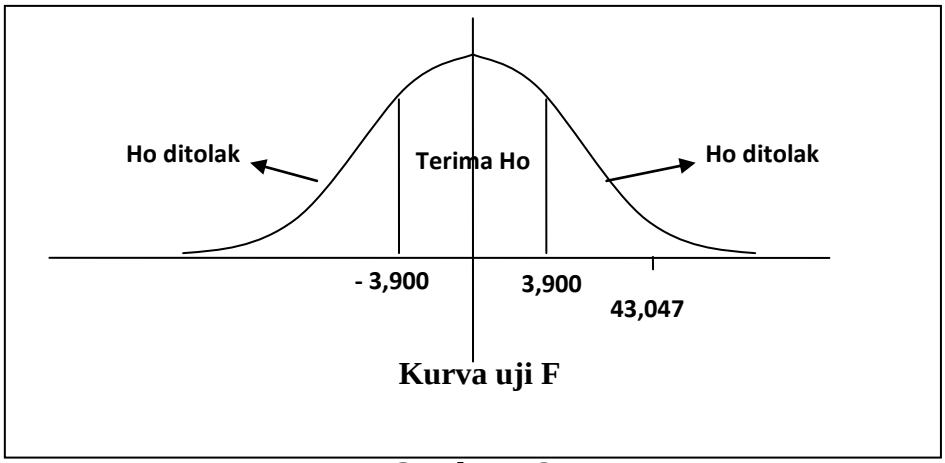
Pengujian Hipotesis Secara Overall / Simultan (Uji F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	403.967	2	201.983	43.047	.000[a]
	Residual	314.377	67	4.692		
	Total	718.344	69			

a. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Gambar 4.27
Kurva Uji F

Dari tabel diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 43,047. Karena nilai F hitung (43,047) > F tabel (3,900), maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa Gaya Hidup dan sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

b. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara parsial atas suatu variabel tidak bebas digunakan uji t.

Hipotesis :

- $H_0 1 : \beta_1 \neq 0$ *Gaya Hidup* (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

  $Ha1 : \beta_1 = 0$ *Gaya Hidup* (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

- $H_0 2 : \beta_2 \neq 0$ *Sikap konsumen* (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

  $Ha2 : \beta_2 = 0$ *Sikap konsumen* (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

$\alpha = 5\%$

Statistik Uji :

$t_{hit} = \frac{b}{Se(b)}$, derajat bebas = n-k-1

Kriteria Uji : 1. Terima H_0 jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$

2. Tolak H_0 jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

Hasil uji t berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.39

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

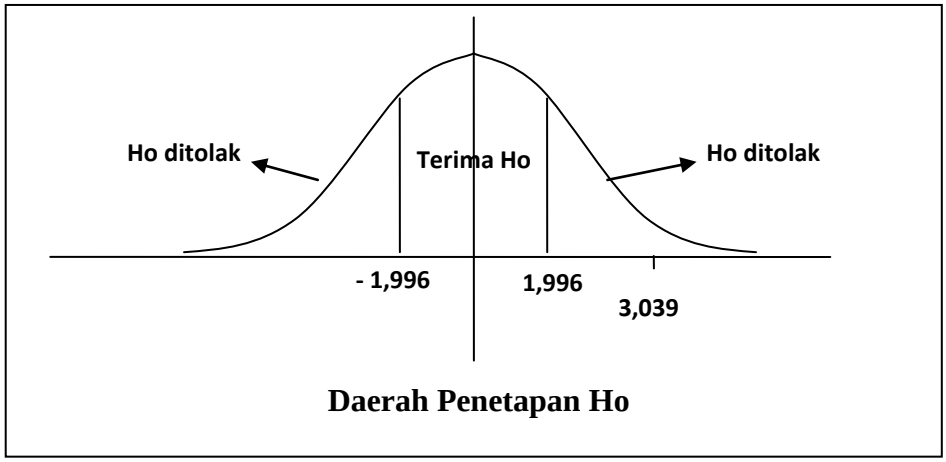
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-.937	1.400		-.670	.505			
	Gaya Hidup	.395	.130	.401	3.039	.003	.710	.348	.246
	Sikap Konsumen	.421	.141	.392	2.975	.004	.709	.342	.240

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil sebagai berikut :

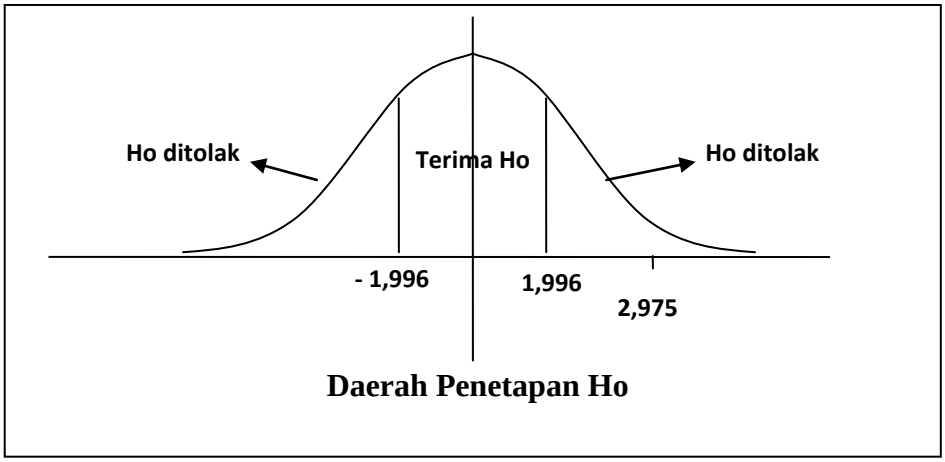
Untuk variabel *Gaya Hidup* (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,039.Karena t hitung (3,039) > t tabel (1,996), maka H_0 ditolak.Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Gaya Hidup* (X_1) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).



Gambar 4.28
Kurva Uji t X1 terhadap Y

Untuk variabel *Sikap konsumen* (X_2) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,975.Karena t hitung (2,975) > t tabel (1,996), maka H_0 ditolak.Oleh karena itu,

dapat disimpulkan bahwa *Sikap konsumen* (X_2) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).



Gambar 4.29
Kurva Uji t X2 terhadap Y