BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Pada tahun 1990, Budi Santoso sebagai pendiri PD. Subur Motor Raya telah menerima penawaran dari dealer utama sepeda motor Honda untuk mendirikan sebuah dealer resmi sepeda motor merek Honda. Untuk mendirikan dealer tersebut diperlukan persyaratan yang cukup berat yaitu modal yang besar dan manajemen yang baik serta harus berkompeten dibidangnya. Proses yang ditempuh dalam memenuhi persyaratan tersebut telah dilakukan selama kurang lebih 3 tahun sehingga pada tanggal 12 juli tahun 1993, PD. Subur Motor Raya berdiri sebagai dealer resmi sepeda motor Honda di kota Bandung.

Perusahaan ini telah mendapat izin dari main dealer regional Jawa Barat yaitu PT. Daya Adira Mustika untuk mendapatkan aktivitasnya, antara lain :

- H1= Penjualan
- H2= Service
- H3= Suku Cadang

Meskipun cukup banyak dealer resmi Honda lain dikawasan yang sama namun berkat pengelolaan manajemen, promosi maupun marketing yang baik PD. Subur Motor Raya mengalami kemajuan yang sangat pesat dimana tingkat penjualan produk dapat melampaui target yang telah ditetapkan. Keberhasilan tersebut juga didukung oleh sistem *network* pemasaran yang kuat antar sesama

dealer, dengan menjalin koordinasi dan kerjasama yang baik dalam membangun pemasaran Honda, khususnya di Jawa Barat.

PD. Subur Motor Raya sebagai sub dealer di kota Bandung, mempunyai visi dan misi yang sangat jelas dan konkrit dalam menjalankan usahanya. Dapat diketahui dealer resmi Honda ini mempunyai visi dan misi sebagai berikut :

1. Visi

" Menciptakan kepuasan pelanggan dan menjalin hubungan yang harmonis".

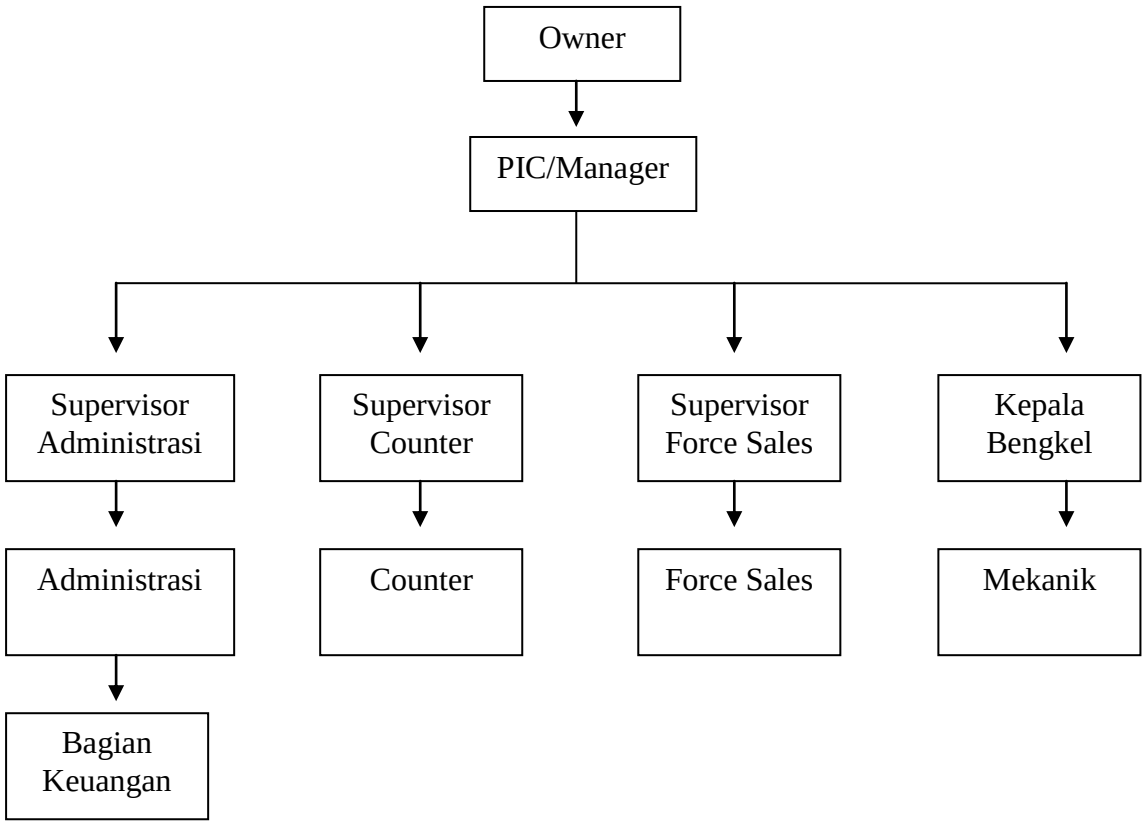
2. Misi
    a. Membuat Honda menjadi *market leader* di daerahnya.
    b. Memperkuat *Brand Image* sepeda motor Honda

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur merupakan sebuah gambar yang berisikan bagan- bagan ataupun dalam bentuk lain yang dapat memberikan penjelasan dan gambaran secara sistematis, artinya membedakan fungsi masing-masing yang tersusun dari suatu kesatuan. Organisasi adalah sekelompok orang antara dua orang atau lebih orang yang melakukan kerjasama dalam bidang tertentu untuk melakukan sesuatu dalam mencapai tujuan untuk kepentingan bersama.

Jadi struktur organisasi adalah keseluruhan dari tugas-tugas yang dikelompokkan ke dalam fungsi-fungsi yang ada sehingga merupakan satu kasatuan yang harmonis, yakni diarahkan dan dikembangkan secara terus menerus pada suatu tujuan tertentu menuju kondisi optimal. Struktur organisasi perusahaan merupakan bangunan fungsi bagian-bagian manajemen yang tersusun dari satu

kesatuan hubungan yang menunjukan tingkatan fungsi, tugas, wewenang dan tanggung jawab dalam manajemen perusahaan. Dan berikut adalah struktur organisasi PD. Subur Motor Raya.



Sumber :PD.Subur Motor Raya

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PD. Subur Motor Raya

4.1.3 Job Description

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

1. **Owner**

Memiliki tugas :

a. Mengatur, mengawasi, mengendalikan, dan mengkoordinasikan setiap kegiatan yang akan dilakukan perusahaan agar setiap aktivitas berjalan dengan baik.
b. Menjalin hubungan pihak luar perusahaan yang berhubungan dengan aktivitas perusahaan.
c. Menerima dan mengevaluasi laporan yang diterima dari kepala operasional dan kepala administrasi, untuk dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan.

2. **Manager**

Memiliki tugas :

a. Mengawasi dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan yang dijalankan perusahaan yang dipimpinnya.
b. Mendelegasikan wewenang dan tanggung jawab kepada masing-masing kepala koordinasi sesuai dengan bidangnya.
c. Menerima laporan dari setiap *department* tentang hasil yang telah dicapai oleh masing-masing koordinator.

3. **Supervisor Administrasi**

Memiliki tugas :

a. Mengatur, mengawasi, mengendalikan, dan mengkoordinasikan setiap kegiatan yang akan dilakukan oleh bagian administrasi dan keuangan.

b. Menerima dan mengevaluasi laporan yang diterima dari bagian administrasi dan keuangan

c. Membuat laporan secara keseluruhan dan dilaporkan pada manager

4. Administrasi

Memiliki tugas :

a. Mencatat dan menangani pengeluaran perusahaan yang bersifat operasional secara keseluruhan.

b. Membantu bagian keuangan dalam membuat laporan keuangan perusahaan.

c. Melakukan pengurusan surat-surat kendaraan kepada pihak berwenang.

d. Melaporkan dan menyerahkan hasil pengurusan surat-surat kendaraan kepada konsumen.

5. Bagian Keuangan

Memiliki tugas :

a. Membuat laporan mengenai keuangan perusahaan kepada bagian administrasi

b. Member masukan-masukan khususnya dalam hal keuangan perusahaan kepada bagian administrasi.

6. Supervisor Counter

Memiliki tugas :

a. Mengatur, mengawasi, mengendalikan, dan mengkoordinasikan setiap kegiatan yang akan dilakukan oleh bagian counter.

b. Menerima dan mengevaluasi laporan yang diterima dari bagian counter.

c. Membuat laporan secara keseluruhan dan dilaporkan pada manager.

7. Counter

Memiliki tugas :

a. Memberikan informasi-informasi yang diperlukan untuk mengenalkan produk kepada konsumen yang datang ke dealaer

b. Membuat kesepakatan-kesepakatan dengan konsumen yang hendak membeli produk, mengenai harga, cara pembayaran, dan produk yang dibeli.

c. Membuat laporan dengan jelas mengenai kegiatan yang dilakukannya serta produk yang dijual kepada konsumen, berikut data-data konsumennya.

8. Supervisor Force Sales

Memiliki tugas :

a. Mengatur, mengawasi, mengendalikan, dan mengkoordinasikan setiap kegiatan yang akan dilakukan oleh force sales.

b. Menerima dan mengevaluasi laporan yang diterima dari force sales.

c. Membuat laporan secara keseluruhan dan dilaporkan pada manager.

9. Force Sales

Memiliki tugas :

a. Dengan aktif menawarkan produk yang dijual perusahaan dan memberikan informasi yang jelas mengenai produk kepada konsumen.

b. Membuat kesepakatan-kesepakatan tertentu sehubungan dengan penjualan produk dengan konsumen yang didatanginya.

c. Membuat laporan dengan jelas kepada supervisor mengenai kegiatan yang dilakukannya serta produk yang dijual kepada konsumen, berikut data-data konsumennya.

10. Kepala Bengkel

Memiliki tugas :

a. Mengevaluasi laporan mengenai penjualan suku cadang.
b. Mengawasi kegiatan para mekanik dalam hal service.
c. Menerima masukan atas ketidak nyamanan service yang diberikan oleh mekanik.

11. Mekanik

Memiliki tugas :

a. Melayani konsumen yang akan melakukan service sepeda motor.
b. Memberikan penjelasan kepada konsumen jika ada spare part yang harus diganti.

4.1.4 Aktivitas Perusahaan

Produk sepeda motor Honda dipasarkan hampir di seluruh Indonesia. Pada tiap daerah produk yang dipasarkan melalaui dealer-dealer yang mendapat rekomendasi dari dealer utama. Dealer-dealer ini selain berfungsi sebagai penjual produk juga berfungsi sebagai tempat untuk bengkel produk. Kemudian juga terdapat perusahaan-perusahaan yang menjadi bengkel resmi produk yang secara tidak langsung menjadi salah satu alat pemasaran produk, walaupun tidak mempunyai fungsi untuk menjual produk.

Kegiatan yang dilakukan oleh PD. Subur Motor Raya yaitu melakukan promosi secara berkala dengan tujuan dapat mengenalkan produk kepada konsumen agar tertarik dengan produk yang ada di PD. Subur motor Raya dan dapat meningkatkan penjualan. Dan kegiatan yang paling utama di PD. Subur Motor raya yaitu melakukan penjualan produk sepeda motor Honda, berikut adalah produk-produk yang dijual di PD. Subur Motor Raya. Jenis motor bebek seperti : Honda Revo, Honda Supra X 125, Honda Blade, Honda Supra Fit, Honda CS1, dan juga mengeluarkan motor jenis matik diantaranya Honda Vario, Honda Beat, dan Honda Scoopy serta motor yang berbody besar seperti Honda Tiger, Honda Mega Pro dan Honda CBR.

Dealer PD. Subur Motor Raya, berlogo H1 pada eksteriornya selalu memberikan kepuasan bagi konsumen sepeda motor Honda. PD. Subur Motor Raya selalu menyediakan koleksi lengkap sepeda motor Honda. Konsumen akan mendapatkan kepuasan layanan yang ramah, sopan melalui sales counter dan salesman. Selain itu, informasi lengkap mengenai spesifikasi sepeda motor seperti:

1. Harga
2. Peilihan kredit pembelian dan pembiayaan
3. Pengurusan dokumen
4. Program garansi (Warranty Extension Program)

Dealer PD. Subur Motor Raya, berlogo H2 pada eksteriornya selalu memberikan kepuasan bagi konsumen sepeda motor Honda. Jaringan pemeliharaan (H2) adalah bagian dari PT. Astra Honda Motor yang salah satu

tugasnya adalah sebagai layanan purna jual. Beberapa hal yang dilakukan antara lain :

1. Menjadi yang terbaik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan (Customer Satisfaction Index No.1) yaitu dengan memberikan perbaikan dan pelayanan terbaik di bengkel resmi Honda atau AHASS (Astra Honda Authorized Service Station).
2. Bengkel Honda jumlahnya yang cukup banyak letaknya juga tersebar di berbagai daerah di Indonesia yang dipilih sesuai dengan jumlah penyebaran sepeda motor Honda dan kebutuhan akan perlunya layanan purna jual yang baik.

Dealer PD. Subur Motor Raya, berlogo H3 pada eksteriornya selalu memberikan kepuasan bagi konsumen sepeda motor Honda. H3 merupakan Layanan Ketersediaan Suku Cadang sepeda motor Honda bagi para pemilik sepeda motor Honda. Produk suku cadang Honda yang dipasarkan oleh PT Astra Honda Motor (AHM) yaitu HGP (Honda Genuine Parts) dimana suku cadang tersebut sama dengan komponen yang ada di setiap sepeda motor merk Honda. Sebagai suku cadang asli sepeda motor Honda, PT Astra Honda Motor menjamin kualitas produk Honda Genuine Parts sama dengan yang terpasang pada sepeda motor Honda.

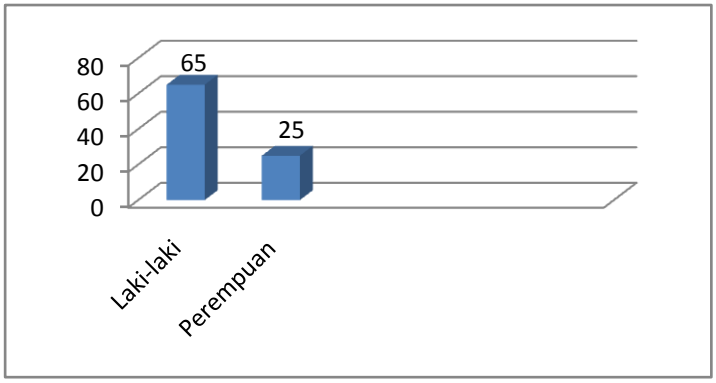
4.2 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap "Pengaruh Motivasi Dan Persepsi Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Sepeda Motor Honda Supra di PD. Subur Motor Raya Bandung". Dengan menyebarkan kuesioner pada 90 orang responden yang menjadi sampel mewakili konsumen yang membeli sepeda motor Honda di PD. Subur Motor Raya. Dari hasil kuesioner tadi maka dapat diketahui karakteristik setiap konsumen dengan harapan bahwa informasi ini dapat dijadikan salah satu masukan bagi pihak PD. Subur Motor Raya dalam menjalankan strategi pemasarannya. Jawaban responden atas sejumlah pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner akan ditampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Data responden tersebut dikelompokkan berdasarkan beberapa hal. Diantaranya jenis kelamin, usia, pekerjaan, sumber informasi dan pengeluaran dengan kualifikasi sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
pada PD. Subur Motor Raya Bandung

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Laki-laki	65	72
Perempuan	25	28
Total	90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



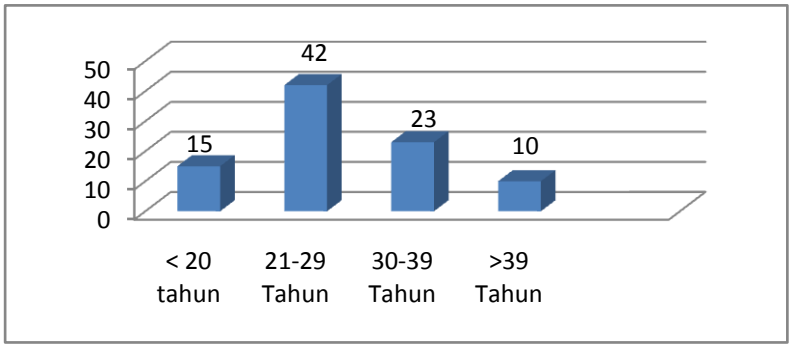
Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
pada PD. Subur Motor Raya Bandung

Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari tabel tersebut dapat dilihat mayoritas responden sebanyak 65 orang (72%) berjenis kelamin laki – laki dan 25 orang (28%) berjenis kelamin perempuan. Jadi sebagian besar responden yang membeli motor dengan jenis bebek lebih diminati oleh laki-laki. Perempuan lebih memilih motor yang lebih praktis dibandingkan dengan motor yang mengoperasikan transmisi gigi atau kopling, oleh karena itu mayoritas motor bebek lebih diminati laki-laki

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Konsumen
pada PD. Subur Motor Raya Bandung

Usia	Frekuensi	%
< 20 tahun	15	17
> 20 - 29 tahun	42	47
30 - 39 tahun	23	25
> 39 tahun	10	11
Total	90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Konsumen pada PD. Subur Motor Raya Bandung

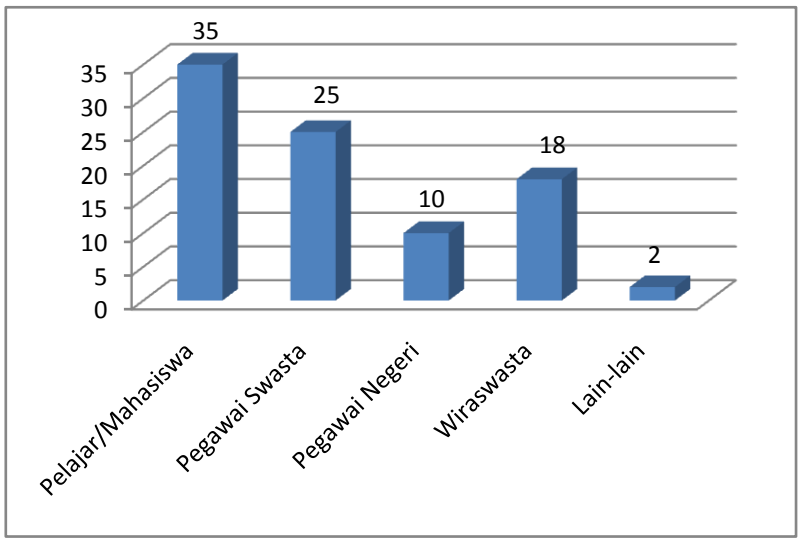
Berdasarkan tabel dan gambar di atas menunjukkan pengelompokkan responden berdasarkan usia. Dapat diketahui bahwa responden pada PD. Subur Motor Raya berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 15 orang atau (17%), yang berusia lebih dari 20-29 tahun sebanyak 42 orang atau (47%), yang berusia 30-39 tahun sebanyak 23 orang atau (25%) dan usia lebih dari 39 tahun sebanyak 10 orang atau (11%). Jadi sebagian besar konsumen yang membeli Sepeda Motor Honda Supra pada PD. Subur Motor Raya Bandung yang menjadi responden dalam penelitian ini berusia lebih dari 20-29 tahun.

Orang-orang merubah barang dan jasa yang dibeli seiring dengan siklus kehidupannya faktor penting yang berhubungan dengan umur sering diperhatikan oleh para pelaku pasar. Ini mungkin dikarenakan oleh perbedaan yang besar dalam umur antara orang-orang yang menentukan strategi *marketing* dan orang-orang yang membeli produk atau servis (Schiffman, Kanuk 2004).

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Konsumen pada PD. Subur Motor Raya Bandung

Pekerjaan	Frekuensi	%
Pelajar/ Mahasiswa	35	39
Pegawai Swasta	25	28
Pegawai Negeri	10	11
Wiraswasta	18	20
Ibu Rumah Tangga	2	2
Total	90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Konsumen pada PD. Subur Motor Raya Bandung

Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 35 orang atau (39%) bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa, 25 orang atau (28%) sebagai pegawai swasta, 10 orang atau (11%) bekerja sebagai pegawai negeri, 18 orang atau (20%) bekerja sebagai wiraswasta, dan 2 orang atau (2%) bekerja sebagai

ibu rumah tangga. Jadi sebagian besar responden pada PD. Subur Motor Raya memiliki pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa.

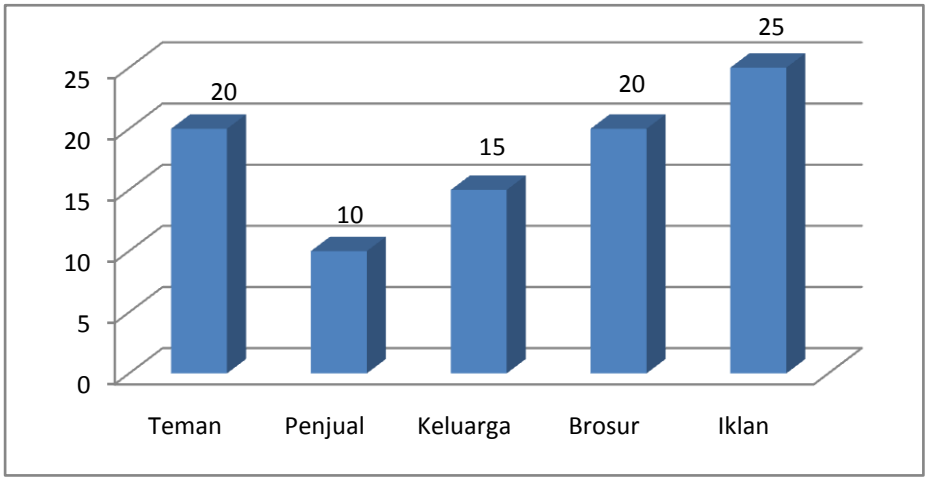
Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibeli, Situasi ekonomi seseorang amat sangat mempengaruhi pemilihan produk dan keputusan pembelian pada suatu produk tertentu (Schiffman, Kanuk 2004).

Tabel 4.4

Karakteristik Berdasarkan Sumber Informasi Responden Mengenai Sepeda Motor Honda Jenis Supra pada PD. Subur Motor Raya Bandung

Sumber Informasi	Frekuensi	%
Teman	20	22
Penjual	10	11
Keluarga	15	17
Brosur	20	22
Iklan	25	28
Total	90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.5

Karakteristik Berdasarkan Sumber Informasi Responden Mengenai Sepeda Motor Honda Jenis Supra pada PD. Subur Motor Raya Bandung

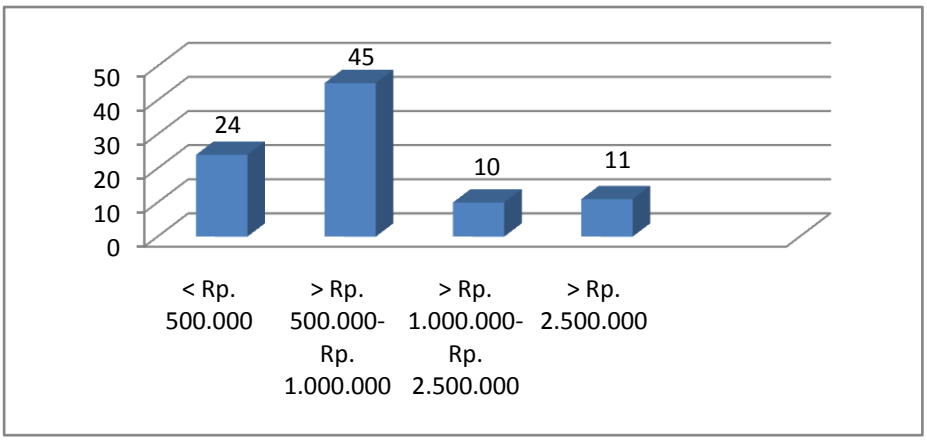
Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan informasi. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 20 orang atau (22%) mendapatkan informasi dari teman, kemudian 10 orang atau (11%) mendapatkan informasi dari penjual, 15 orang atau (17%) mendapatkan informasi dari keluarga, kemudian 20 orang atau (22%) mendapatkan informasi dari brosur dan sisanya 25 orang atau (28%) mendapatkan iklan. Jadi sebagian besar responden pada PD. Subur Motor Raya mengetahui informasi mengenai sepeda motor Honda Supra melalui iklan. Konsumen yang terangsang akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak baik itu dalam sumber pribadi, komersial, public ataupun pengalaman (Kotler 2007:235).

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumen per Bulan pada PD. Subur Motor Raya Bandung

Pengeluaran	Frekuensi	%
< Rp.500.000	10	11
> Rp.500.000 – Rp.1.000.000	45	50
> Rp.1.000.000 – Rp.2.500.000	24	27
> Rp. 2.500.000	11	12
Total	90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumen per Bulan pada PD. Subur Motor Raya Bandung

Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pengeluaran perbulan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 10 orang atau (11%) pengeluaran perbulannya kurang dari Rp. 500.000 selanjutnya 45 orang atau (50%) Rp 500.000 – Rp 1.000.000, kemudian 24 orang (27%) pengeluaran perbulannya antara > Rp 1,000,000 – Rp 2.500.000, dan 11 orang atau (12%) pengeluaran perbulannya lebih dari Rp 2.5000.000. Jadi sebagian besar responden pada PD. Subur Motor Raya mempunyai pengeluaran per bulan sebesar Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000. Situasi ekonomi seseorang amat sangat mempengaruhi pemilihan produk dan keputusan pembelian pada suatu produk tertentu (Schiffman, Kanuk 2004).

4.3 Analisis Deskriptif

Gambaran data hasil penelitian dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana tanggapan responden terhadap setiap indicator variable yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap skor tanggapan responden. Kategorisasi jumlah skor tanggapan responden dilakukan berdasarkan persentase skor jawaban responden dengan rumus sebagai berikut.:

$$\% \text{ Skor} = \frac{Skor\ aktual}{Skor\ ideal} x100\%$$

Keterangan :

Skor aktual : Jumlah skor jawaban responden

Skor ideal : Jumlah skor maksimum (jumlah responden x jumlah pernyataan x skor maksimum)

Selanjutnya persentase skor jawaban responden yang diperoleh di klasifikasikan berdasasrkan rentang persentase skor maksimum (5/5=100%) dan skor minimum (1/5=100%). Analisis deskriptif dilakukan mengacu kepada setiap indikator yang ada pada setiap variabel yang diteliti dengan berpedoman pada tabel berikit ini :

Tabel 4.6
Kriteria Persentase 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)

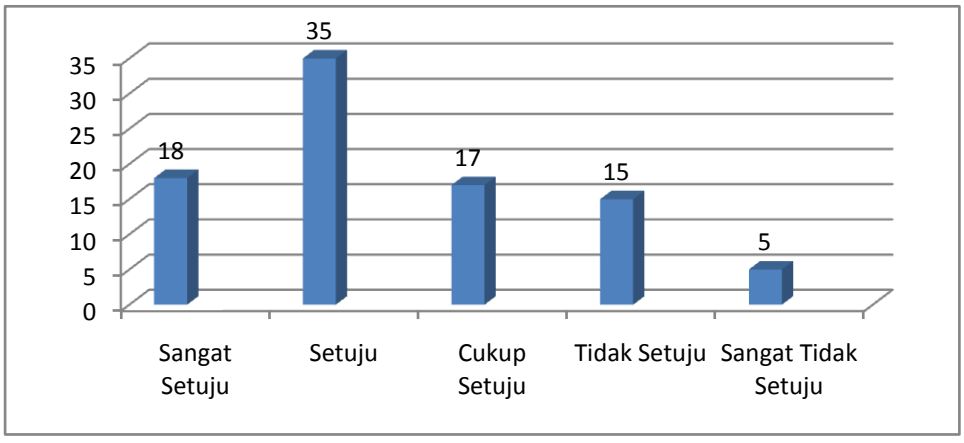
4.3.1 Tanggapan Motivasi Konsumen terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan mengenai Motivasi Konsumen terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya.

Tabel 4.7
Menurut anda, apakah sepeda Motor Honda jenis Supra alat tranportasi satu-satunya yang membantu anda dalam bepergian

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	18	20,0	90
Setuju	35	38,9	140
Cukup	17	18,9	51
Tidak Setuju	15	16,7	30
Sangat Tidak Setuju	5	5,6	5
Jumlah	**90**	**100**	**316**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**70,2%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.7
Menurut anda, apakah sepeda Motor Honda jenis Supra alat tranportasi satu-satunya yang membantu anda dalam bepergian

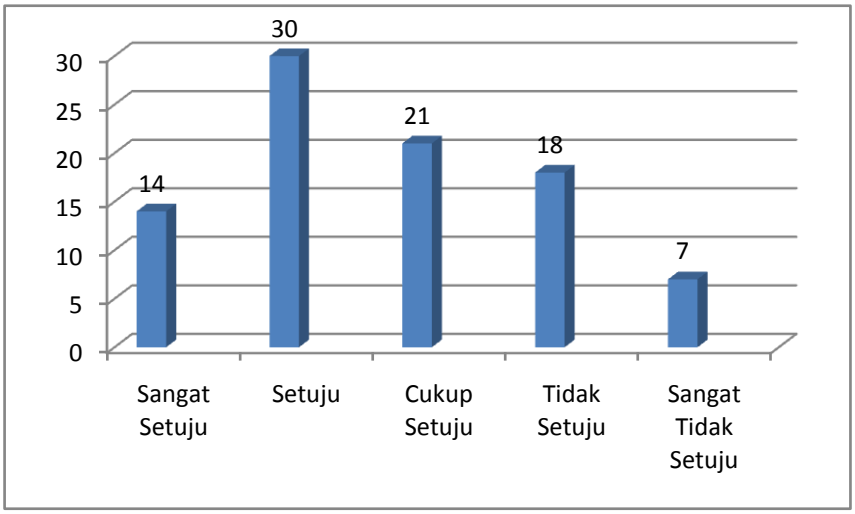
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 18 orang atau (20%) menyatakan sangat setuju, 35 orang atau (38,9%) menyatakan setuju, 17 orang atau (18,9%) menyatakan cukup setuju, 15 orang atau (16,7%) menyatakan tidak setuju, dan 5 orang atau (5,6%) menyatakan sangat tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 35 dari 90 responden menyatakan motor Honda jenis Supra merupakan alat transportasi yang membantu mereka dalam bepergian. Kebutuhan manusia diatur dalam suatu heirarki, dari kebutuhan yang paling mendesak hingga yang paling tidak mendesak (Maslow dalam Kotler, 2001:212).

Tabel 4.8
Menurut anda sepeda motor Honda jenis Supra membantu anda dalam sehari-hari

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	14	15,6	70
Setuju	30	33,3	120
Cukup	21	23,3	63
Tidak Setuju	18	20,0	36
Sangat Tidak Setuju	7	7,8	7
Jumlah	**90**	**100**	**296**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**65,8%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



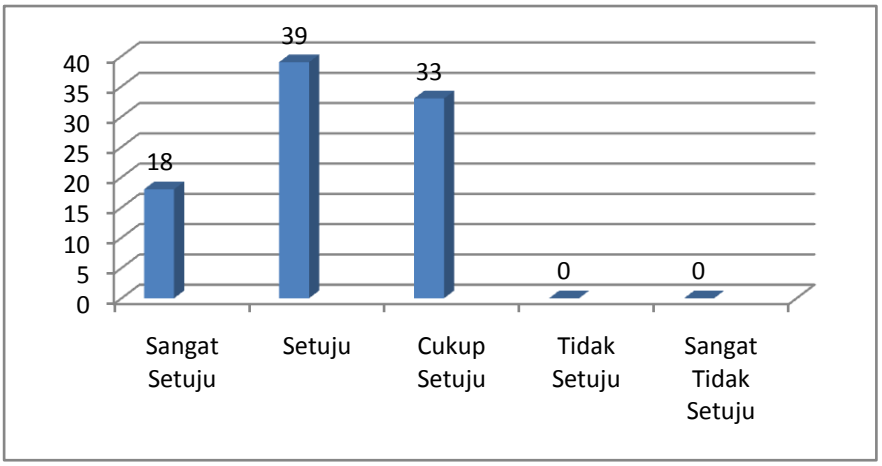
Gambar 4.8
Menurut anda sepeda motor Honda jenis Supra membantu anda dalam sehari-hari

Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 14 orang atau (15,6%) menyatakan sangat setuju, 30 orang atau (33,3%) menyatakan setuju, 21 orang atau (23,3%) menyatakan cukup setuju, 18 orang atau (20,0%) menyatakan tidak setuju, dan 7 orang atau (7,8%) menyatakan sangat tidak setuju. Sebagian besar responden sangat setuju sepeda motor Honda Supra membantu mereka dalam aktivitas sehari-hari.

Kebutuhan manusia diatur menurut sebuah hierarki, dari yang paling mendesak sampai paling tidak mendesak (kebutuhan psikologikal, keamanan, sosial, harga diri, pengaktualisasian diri). Ketika kebutuhan yang paling mendesak itu sudah terpuaskan, kebutuhan tersebut berhenti menjadi motivator, dan orang tersebut akan kemudian mencoba untuk memuaskan kebutuhan paling penting berikutnya (Maslow dalam Kotler, 2007).

Tabel 4.9
Apakah mengendarai Honda jenis Supra nyaman saat dikendarai

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	18	20,0	90
Setuju	39	43,3	156
Cukup	33	36,7	99
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**345**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**76,7%**



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011

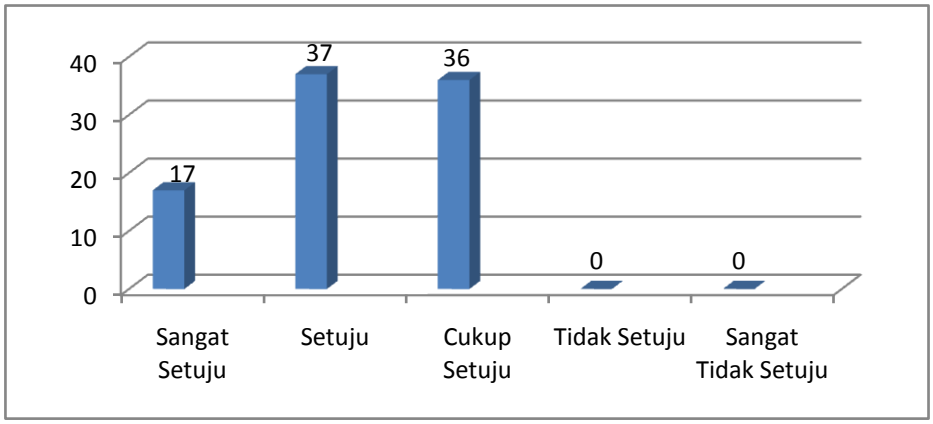
Gambar 4.9
Apakah mengendarai Honda jenis Supra nyaman saat dikendarai

Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa bahwa sebanyak 18 orang atau (20%) menyatakan sangat setuju, 39 orang atau (43,3%) menyatakan setuju, dan 33 orang atau (36,7%) menyatakan cukup setuju. Sebagian besar responden menyatakan setuju Honda Supra nyaman saat dikendarai Keamanan secara fisik akan secara otomatis menimbulkan rasa aman secara psikis bagi manusia, yaitu diperolehnya rasa tenang dan aman bagi jiwanya (Maslow dalam Kotler, 2001:212).

Tabel 4.10
Menurut saya Honda jenis Supra stabil saat dikendarai

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	17	18,9	85
Setuju	37	41,1	148
Cukup	36	40,0	108
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**341**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**75,8%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.10
Menurut saya Honda jenis Supra stabil saat dikendarai

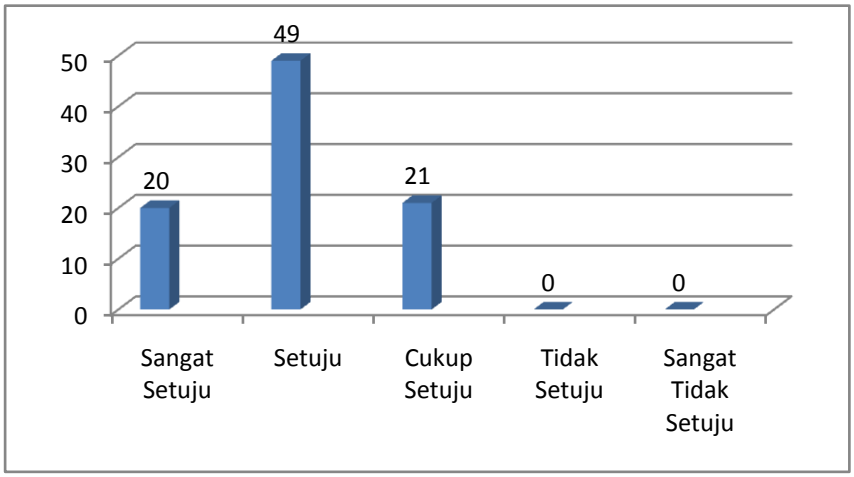
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 17 orang atau (18,9%) menyatakan sangat setuju, 37 orang atau (41,1%) menyatakan setuju, dan 36 orang atau (40%) menyatakan cukup setuju.

Sebagian besar responden menyatakan setuju Honda jenis Supra stabil saat dikendarai. Keamanan secara fisik akan secara otomatis menimbulkan rasa aman secara psikis bagi manusia, yaitu diperolehnya rasa tenang dan aman bagi jiwanya (Maslow dalam Kotler, 2001:212).

Tabel 4.11
Apakah sepeda motor Honda jenis Supra mempermudah anda berinteraksi dengan orang lain

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	20	22,2	100
Setuju	49	54,4	196
Cukup	21	23,3	63
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**359**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**79,8%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.11
Apakah sepeda motor Honda jenis Supra mempermudah anda berinteraksi dengan orang lain

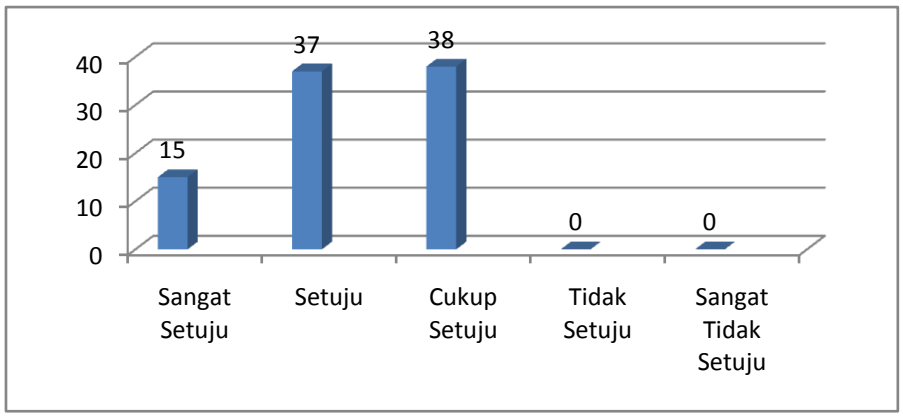
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 20 orang atau (22,2%) menyatakan sangat setuju, 49 orang atau (54,4%) menyatakan setuju, dan 21 orang atau (23,3%) menyatakan cukup setuju.

Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa motor Honda jenis Supra mempermudah beriteraksi dengan orang lain. Orang mencari kehangatan dan memenuhi kebutuhan hubungan antar manusia dengan orang lain (Schiffmann dan Kanuk, 2008:137)

Tabel 4.12
Menurut saya sepeda motor Honda jenis Supra membantu dalam mobilitas dengan orang lain

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	15	16,7	75
Setuju	37	41,1	148
Cukup	38	42,2	114
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**337**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**74,9%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.12
Menurut saya sepeda motor Honda jenis Supra membantu dalam mobilitas dengan orang lain

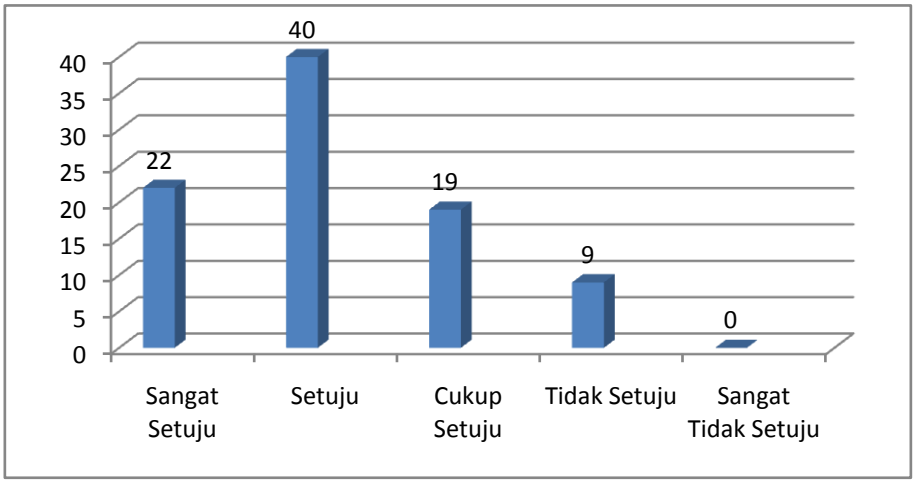
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa bahwa sebanyak 15 orang atau (16,7%) menyatakan sangat setuju, 37 orang atau (41,1%) menyatakan setuju, dan 38 orang atau (42,2%) menyatakan cukup setuju.

Sebagian besar responden menyatakan cukup setuju bahwa motor Honda jenis Supra mempermudah beriteraksi dengan orang lain. Orang mencari kehangatan dan memenuhi kebutuhan hubungan antar manusia dengan orang lain (Schiffmann dan Kanuk, 2008:137).

Tabel 4.13
Saya merasa percaya diri saat mengendarai motor Honda jenis Supra

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	22	24,4	110
Setuju	40	44,4	160
Cukup	19	21,1	57
Tidak Setuju	9	10,0	18
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**345**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**76,7%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.13
Saya merasa percaya diri saat mengendarai motor Honda jenis Supra

Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 22 orang atau (24,4%) menyatakan sangat setuju, 40 orang atau (44,4%) menyatakan setuju, 19 orang atau (21,1%) menyatakan cukup setuju dan 9 orang atau (10,0%) menyatakan tidak setuju.

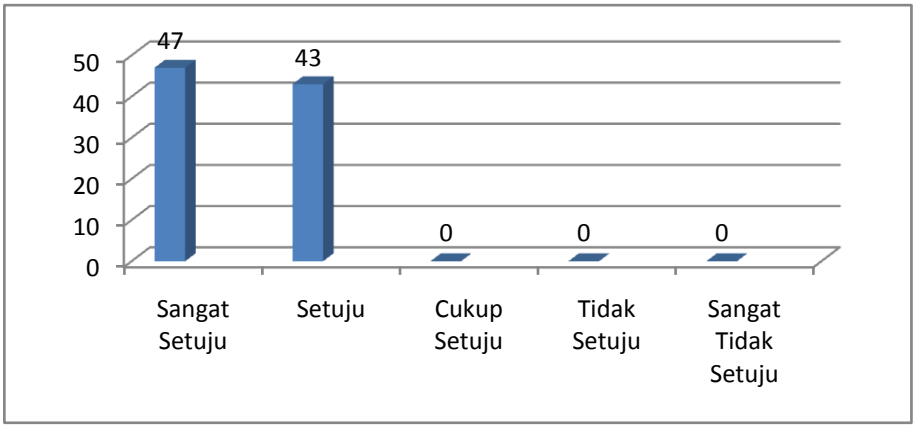
Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa mengendarai motor Honda jenis Supra membuat percaya diri. *Personality* adalah karakteristik unik dari psikologi yang memimpin kepada kestabilan dan respon terus menerus terhadap lingkungan orang itu sendiri**.** Tiap orang memiliki gambaran diri yang

kompleks, dan perilaku seseorang cenderung konsisten dengan konsep diri tersebut (Kotler, 2001).

Tabel 4.14
Saya membeli sepeda motor Honda jenis Supra sesuai dengan kemampuan daya beli saya

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	47	52,2	235
Setuju	43	47,8	172
Cukup	0	0,0	0
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**407**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**90,4%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.14
Saya membeli sepeda motor Honda jenis Supra sesuai dengan kemampuan daya beli saya

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 47 orang atau (52,2%) menyatakan sangat setuju, 43 orang atau (47,8%) menyatakan setuju.

Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa membeli sepeda motor Honda jenis Supra sesuai dengan kemampuan daya belinya.

Keingingan dari seseorang individu untuk menjadikan dirinya menjadi yang terbaik sesuai dengan potensi dan kemampuan yang dimilikinya (Maslow dalam Kotler, 2001:212).

Untuk melihat bagaimana Motivasi Konsumen terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya secara keseluruhan, dilakukan penjumlahan skor untuk semua jawaban responden tentang variabel ini. Berikut adalah tabel rekap skor untuk setiap pertanyaan variabel Motivasi Konsumen.

Tabel 4.15
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Motivasi Konsumen

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1	Menurut anda, apakah sepeda Motor Honda jenis Supra alat tranportasi satu-satunya yang membantu anda dalam bepergian	316	450	70,2%
2	Menurut anda sepeda motor Honda jenis Supra membantu anda dalam sehari-hari	296	450	65,8%
3	Apakah mengendarai Honda jenis Supra nyaman saat dikendarai	345	450	76,7%
4	Menurut saya Honda jenis Supra stabil saat dikendarai	341	450	75,8%
5	Apakah sepeda motor Honda jenis Supra mempermudah anda berinteraksi dengan orang lain	359	450	79,8%
6	Menurut saya sepeda motor Honda jenis Supra membantu dalam mobilitas dengan orang lain	337	450	74,9%
7	Saya merasa percaya diri saat mengendarai motor Honda jenis Supra	345	450	76,7%
8	Saya membeli sepeda motor Honda jenis Supra sesuai dengan kemampuan daya beli saya	407	450	90,4%
Total		**2746**	**3600**	**76,3%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011

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

Pertanyaan sebanyak 8 item, dengan responden sebanyak 90 orang.

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah Pertanyaan x Responden

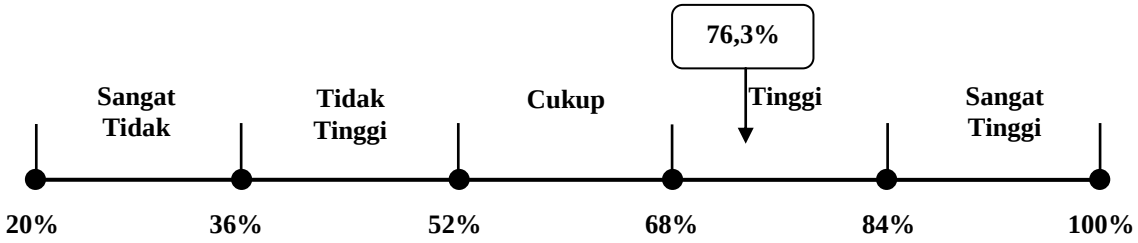
= 5 x 8 x 90

= 3600

$$\% \text{ Skor} = \frac{Skor\ aktual}{Skor\ ideal} x100\%$$

$$\% \text{ Skor} = \frac{2746}{3600} x100\% = 76{,}3\%$$

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



Gambar 4.15
Kategori Variabel Motivasi Konsumen terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Motivasi Konsumen terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya tergolong tinggi dengan persentase skor total sebesar 76,3% yang terletak antara rentang 68% - 84%.

Skor yang paling rendah yaitu 65,8% dimana motor Honda Supra membantu dalam sehari-hari, itu karena para responden masih bisa menggunakan kendaraan lain dibanding dengan sepeda motor Honda Supra. Dan skor yang paling tinggi yaitu 90,4% tentang daya beli sesuai dengan kemampuan responden, itu disebabkan karena kondisi ekonomi kebanyakan responden pada posisi ekonomi menengah kebawah. Situasi ekonomi seseorang amat sangat

mempengaruhi pemilihan produk dan keputusan pembelian pada suatu produk tertentu (Schiffman, Kanuk 2004).

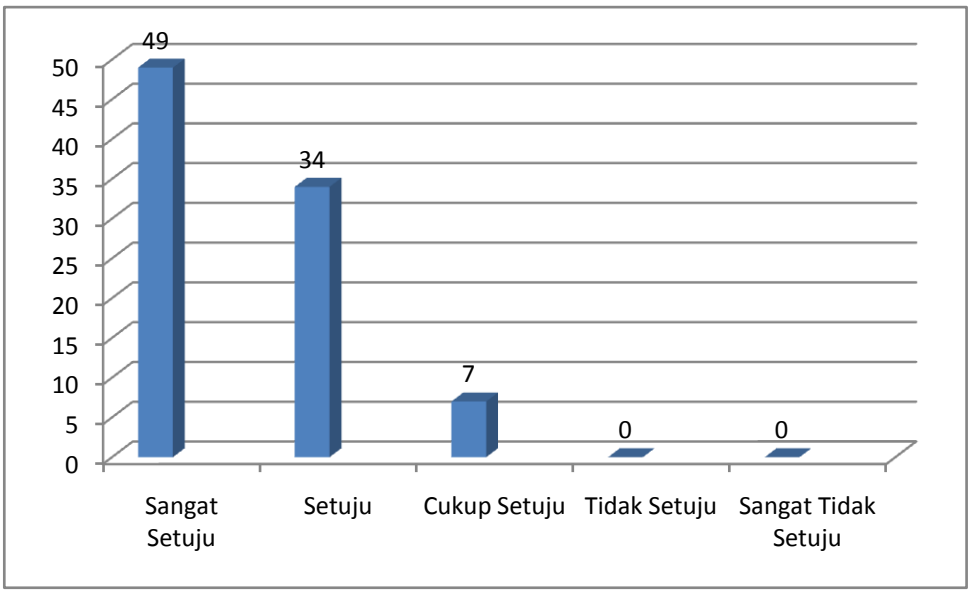
4.3.2 Tanggapan Persepsi Konsumen terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan mengenai Persepsi Konsumen terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya.

Tabel 4.16
Apakah membeli sepeda Motor Honda jenis Supra karena kualitasnya bagus dibanding motor lain

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	49	54,4	245
Setuju	34	37,8	136
Cukup	7	7,8	21
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**402**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**89,3%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.16
Apakah membeli sepeda Motor Honda jenis Supra karena kualitasnya bagus dibanding motor lain

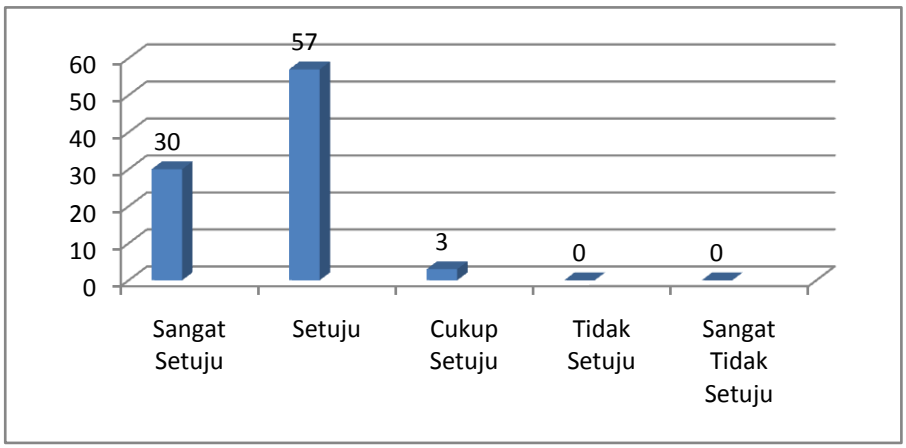
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 49 orang atau (54,4%) menyatakan sangat setuju, 34 orang atau (37,8%) menyatakan setuju, dan 7 orang atau (7,8%) menyatakan cukup setuju. Sebagian besar responden setuju Honda Supra mempunya kualitas yang bagus dari motor lain.

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli bentuk produk tertentu. Keputusan tersebut menyangkut ukuran, mutu produk, corak dan sebagainya Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen bisa mengambil lima sub-keputusan yaitu merek, dealer, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran (Kotler 2007:240).

Tabel 4.17
Menurut saya sepeda motor Honda jenis Supra sudah terkenal

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	30	33,3	150
Setuju	57	63,3	228
Cukup	3	3,3	9
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**387**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**86,0%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.17
Menurut saya sepeda motor Honda jenis Supra sudah terkenal

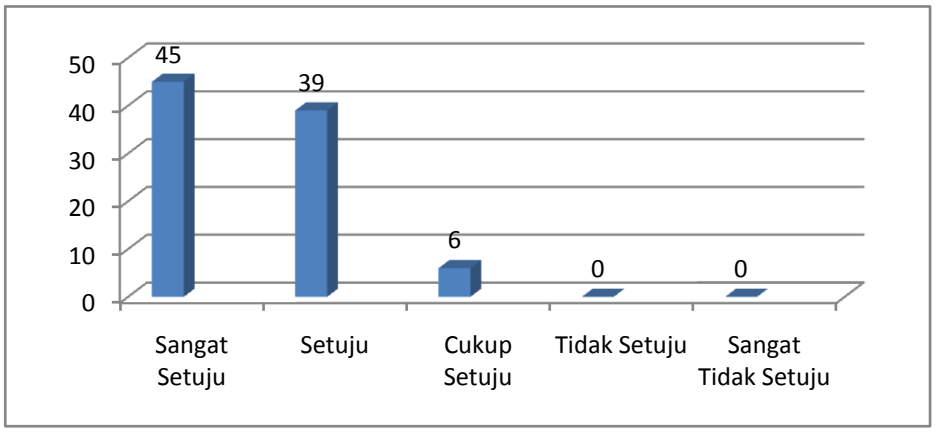
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 30 orang atau (33,3%) menyatakan sangat setuju, 57 orang atau (63,3%) menyatakan setuju, dan 3 orang atau (3,3%) menyatakan cukup setuju.

Sebagian besar responden menyatakan setuju motor Honda jenis Supra sudah terkenal. Sensasi merupakan respon yang segera dan langsung dari alat panca indera terhadap stimuli yang sedrhana (iklan, kemasan, merk) (Schiffmann dan Kanuk, 2008:137).

Tabel 4.18
Saya membeli Honda jenis Supra atas kesadaran sendiri

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	45	50,0	225
Setuju	39	43,3	156
Cukup	6	6,7	18
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**399**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**88,7%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.18
Saya membeli Honda jenis Supra atas kesadaran sendiri

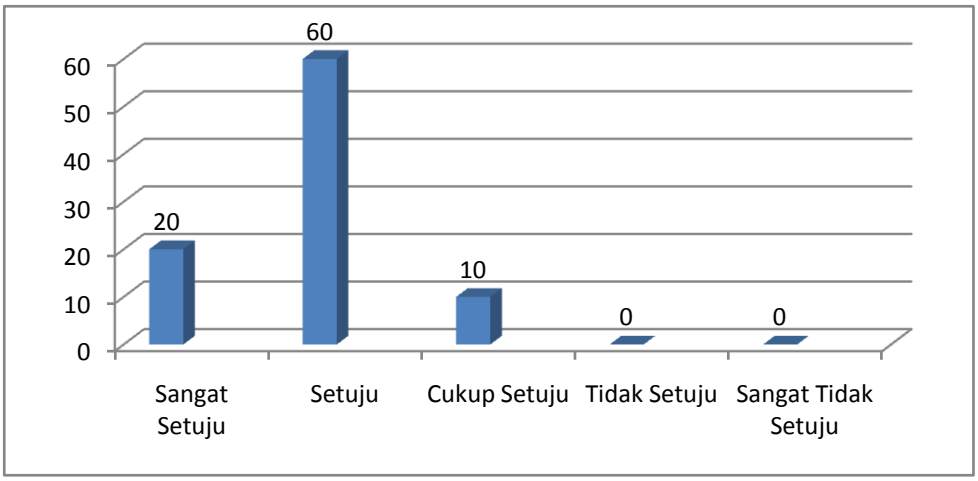
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 45 orang atau (50,0%) menyatakan sangat setuju, 39 orang atau (43,3%) menyatakan setuju, dan 6 orang atau (6,7%) menyatakan cukup setuju.

Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa membeli sepeda motor Honda jenis Supra atas kesadran sendiri. Faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap mempengaruhi seseorang di dalam melakukan pemeblian barang atau jasa (Kotler, 2002:154).

Tabel 4.19
Saya membeli Honda jenis Supra atas pengalaman sendiri

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	20	22,2	100
Setuju	60	66,7	240
Cukup	10	11,1	30
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**370**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**82,2%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.19
Saya membeli Honda jenis Supra atas pengalaman sendiri

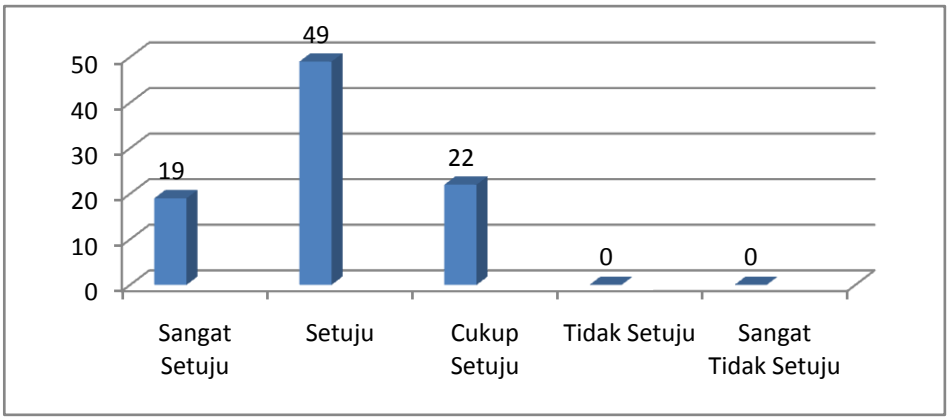
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 20 orang atau (22,2%) menyatakan sangat setuju, 60 orang atau (67,7%) menyatakan setuju, dan 10 orang atau (10,1%) menyatakan cukup setuju.

Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa membeli sepeda motor Honda jenis Supra atas kesadran sendiri. Faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap mempengaruhi seseorang di dalam melakukan pembelian barang atau jasa (Kotler, 2002:154).

Tabel 4.20
Menurut saya sepeda motor Honda jenis Supra model dan bentuknya menarik

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	19	21,1	95
Setuju	49	54,4	196
Cukup	22	24,4	66
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**357**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**79,3%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.20
Menurut saya sepeda motor Honda jenis Supra model dan bentuknya menarik

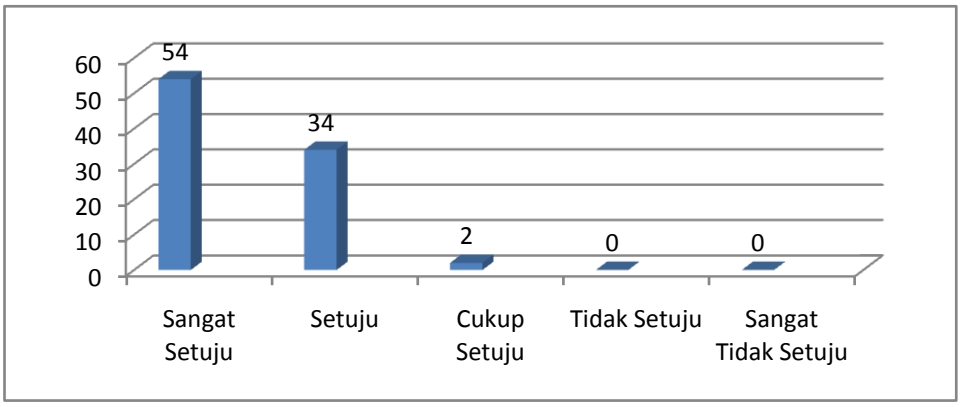
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 19 orang atau (21,1%) menyatakan sangat setuju, 49 orang atau (54.4%) menyatakan setuju, dan 22 orang atau (24,4%) menyatakan cukup setuju.

Sebagian besar responden menyatakan setuju motor Honda jenis Supra model dan bentuknya menarik. Sensasi merupakan respon yang segera dan langsung dari alat panca indera terhadap stimuli yang sedrhana (iklan, kemasan, merk) (Schiffmann dan Kanuk, 2008:137)

Tabel 4.21
Menurut saya sepeda motor Honda jenis Supra lebih unggul dibanding motor lain

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	54	60,0	270
Setuju	34	37,8	136
Cukup	2	2,2	6
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**412**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**91,6%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.21
Menurut saya sepeda motor Honda jenis Supra lebih unggul dibanding motor lain

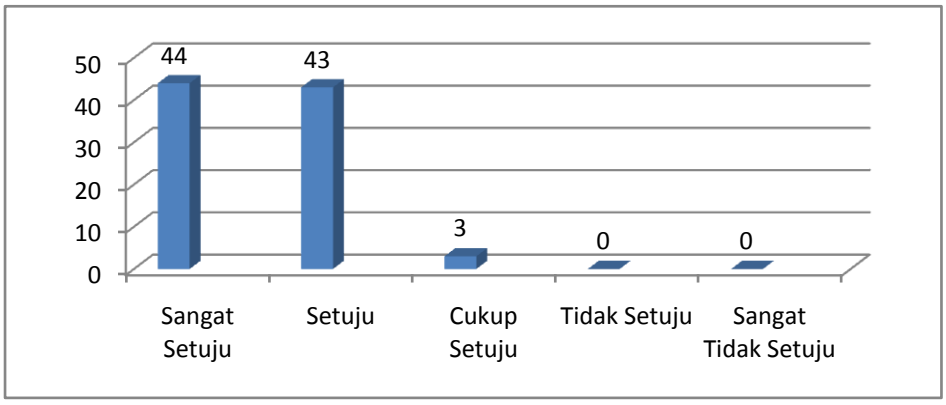
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 54 orang atau (60,0%) menyatakan sangat setuju, 34 orang atau (37,8%) menyatakan setuju, dan 2 orang atau (2,2%) menyatakan cukup setuju.

Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju motor Honda jenis Supra lebih unggul dari motor lain. Motivasi rasional adalah pembelian berdasarkan kepada kenyataan-kenyataan yang ditunjukkan oleh produk kepada konsumen dan merupakan atribut produk yang fungsional serta objektif keadaannya (Maslow dalam Kotler, 2001).

Tabel 4.22
Menurut saya motor Honda jenis Supra memiliki daya tahan yang baik dibanding motor lain

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	44	48,9	220
Setuju	43	47,8	172
Cukup	3	3,3	9
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**401**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**89,1%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.22
Menurut saya motor Honda jenis Supra memiliki daya tahan yang baik dibanding motor lain

Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 44 orang atau (48,9%) menyatakan sangat setuju, 43 orang atau (47,8%) menyatakan setuju, dan 3 orang atau (3,3%) menyatakan cukup setuju.

Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju motor Honda jenis Supra lebih unggul dari motor lain. Pembelian berdasarkan kepada kenyataan-kenyataan yang ditunjukkan oleh produk kepada konsumen dan merupakan atribut produk yang fungsional serta objektif keadaannya (Maslow dalam Kotler, 2001).

Untuk melihat bagaimana Persepsi Konsumen terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya secara keseluruhan, dilakukan penjumlahan skor untuk semua jawaban responden tentang variabel ini. Berikut adalah tabel rekap skor untuk setiap pertanyaan variabel Persepsi Konsumen.

Tabel 4.23
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Konsumen

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1	Apakah membeli sepeda Motor Honda jenis Supra karena kualitasnya bagus dibanding motor lain	402	450	89,3%
2	Menurut saya sepeda motor Honda jenis Supra sudah terkenal	387	450	86,0%
3	Saya membeli Honda jenis Supra atas kesadaran sendiri	399	450	88,7%
4	Saya membeli Honda jenis Supra atas pengalaman sendiri	370	450	82,2%
5	Menurut saya sepeda motor Honda jenis Supra model dan bentuknya menarik	357	450	79,3%
6	Menurut saya sepeda motor Honda jenis Supra lebih unggul dibanding motor lain	412	450	91,6%
7	Menurut saya motor Honda jenis Supra memiliki daya tahan yang baik dibanding motor lain	401	450	89,1%
Total		**2728**	**3150**	**86,6%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011

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

Pertanyaan sebanyak 8 item, dengan responden sebanyak 90 orang.

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah Pertanyaan x Responden

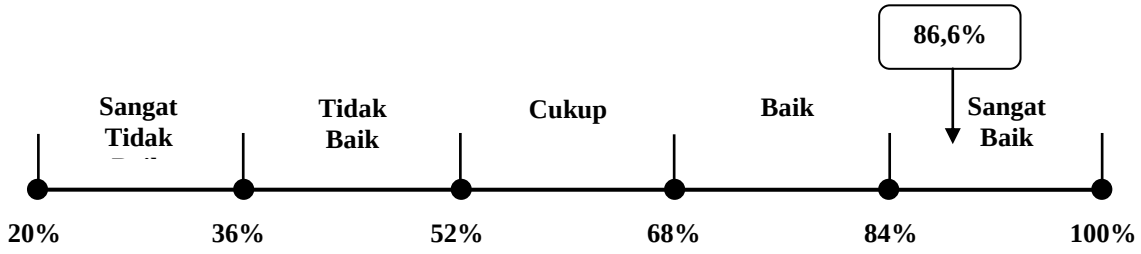
= 5 x 7 x 90

= 3150

$$\% \text{ Skor} = \frac{Skor\ aktual}{Skor\ ideal} x100\%$$

$$\% \text{ Skor} = \frac{2728}{3150} x100\% = 86{,}6\%$$

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



Gambar 4.23
Kategori Variabel Persepsi Konsumen terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Konsumen terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya tergolong sangat baik dengan persentase skor total sebesar 86,6% yang terletak antara rentang 84% - 100%.

Skor yang paling rendah yaitu 79,3% dimana motor Honda Supra model dan bentuknya menarik, itu karena para responden sudah kurang tertarik dengan model sepeda motor Honda Supra dibanding dengan matik saat ini. Dan skor yang paling tinggi yaitu 91,6% tentang Honda Supra lebih unggul dibandingkan dengan motor sejenisnya, itu disebabkan karena kebanyakan responden mengetahui keunggulan Honda Supra dari media iklan yang ditampilkan menarik dan dapat merubah persepsi seseorang dalam mengambil keputusan. Persepsi adalah proses

dimana seseorang memilih, mengorganisasi, dan menerjemahkan informasi untuk membentuk sebuah gambaran yang berarti dari dunia (Schiffmann dan Kanuk, 2004)

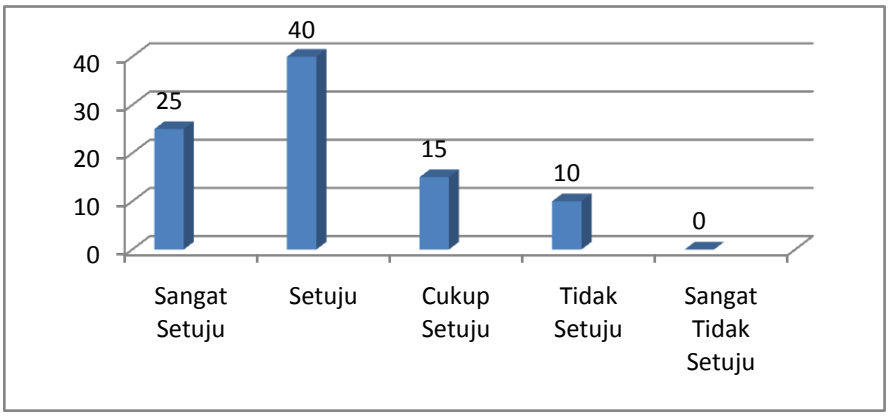
4.3.3 Tanggapan Konsumen atas Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan mengenai Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya.

Tabel 4.24
Menurut Saya sepeda Motor Honda jenis Supra adalah satu-satunya kebutuhan alat trasnportasi

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	25	27,8	125
Setuju	40	44,4	160
Cukup	15	16,7	45
Tidak Setuju	10	11,1	20
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**350**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**77,8%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.24
Menurut Saya sepeda Motor Honda jenis Supra adalah satu-satunya kebutuhan alat trasnportasi

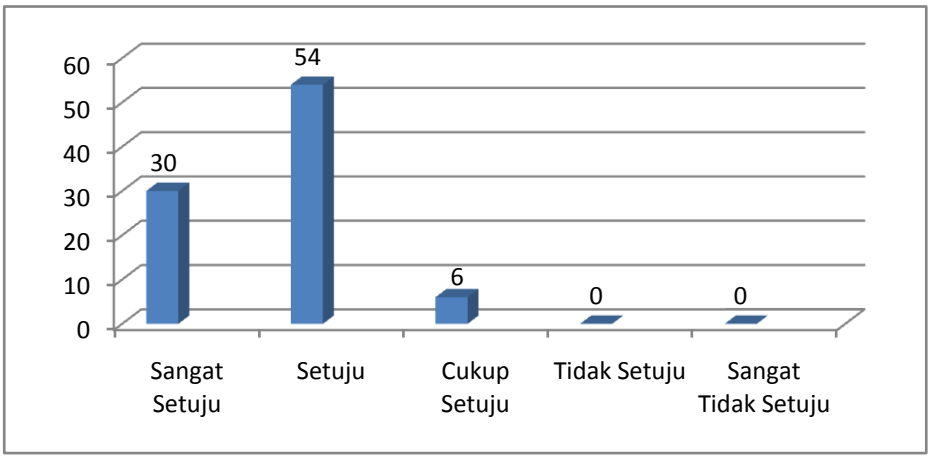
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 25 orang atau (27,8%) menyatakan sangat setuju, 40 orang atau (44,4%) menyatakan setuju, 15 orang atau (16,7%) menyatakan cukup setuju, dan 10 orang atau (11,1%) menyatakan tidak setuju.

Sebagian besar responden menyatakan setuju motor Honda jenis Supra alat kebutuhan transportasi. Kebutuhan manusia diatur dalam suatu heirarki, dari kebutuhan yang paling mendesak hingga yang paling tidak mendesak (Maslow dalam Kotler, 2001:212).

Tabel 4.25
Untuk memenuhi kebutuhan anda, anda terdorong mencari informasi lebih lanjut tentang sepeda motor Honda jenis Supra

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	30	33,3	150
Setuju	54	60,0	216
Cukup	6	6,7	18
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**384**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**85,3%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.25
Untuk memenuhi kebutuhan anda, anda terdorong mencari informasi lebih lanjut tentang sepeda motor Honda jenis Supra

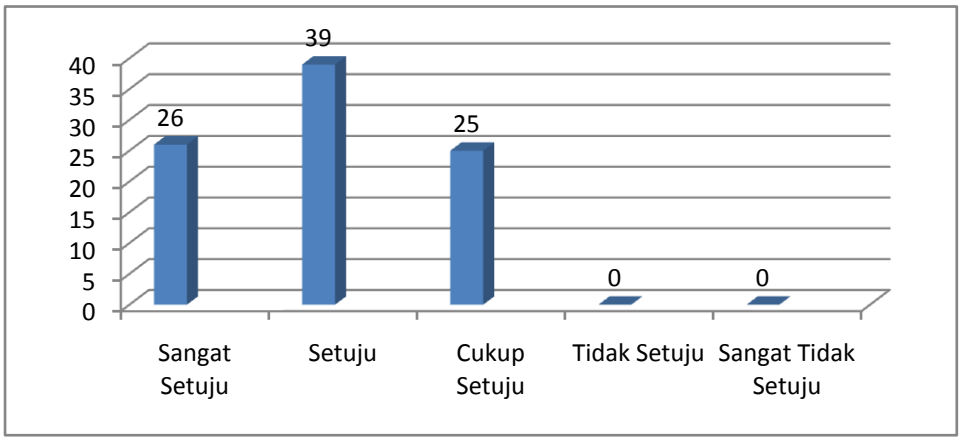
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 30 orang atau (33,3%) menyatakan sangat setuju, 54 orang atau (60,0%) menyatakan setuju, dan 6 orang atau (6,7%) menyatakan cukup setuju.

Sebagian besar responden menyatakan setuju mencari informasi tentang motor Honda jenis Supra. Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak (Kotler 2007:235)

Tabel 4.26
Sebelum saya membeli, saya membandingkan Honda jenis Supra dengan motor lain

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	26	28,9	130
Setuju	39	43,3	156
Cukup	25	27,8	75
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**361**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**80,2%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.26
Sebelum saya membeli, saya membandingkan Honda jenis Supra dengan motor lain

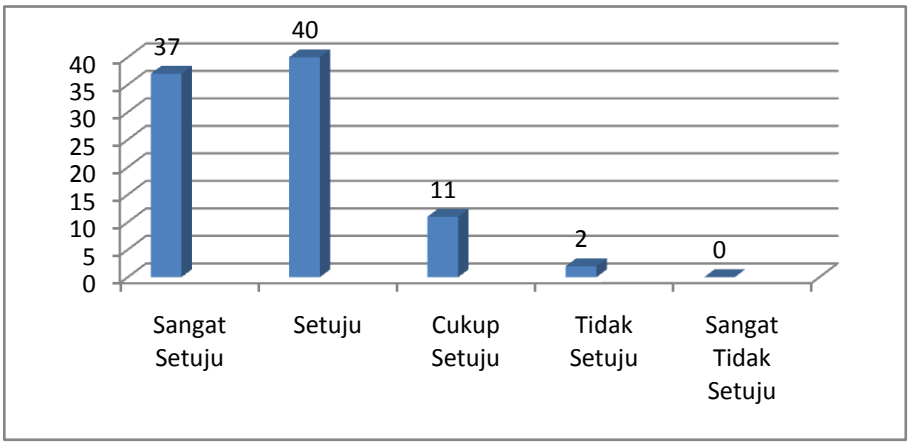
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 26 orang atau (28,9%) menyatakan sangat setuju, 39 orang atau (43,3%) menyatakan setuju, dan 25 orang atau (27,8%) menyatakan cukup setuju.

Sebagian besar responden menyatakan setuju mencari informasi tentang motor Honda jenis Supra. Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk (Kotler 2007:237)

Tabel 4.27
Sepeda motor Honda jenis Supra menjadi alternatif pilihan saya dibandingkan dengan motor lain

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	37	41,1	185
Setuju	40	44,4	160
Cukup	11	12,2	33
Tidak Setuju	2	2,2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**382**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**84,9%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.27
Sepeda motor Honda jenis Supra menjadi alternatif pilihan saya dibandingkan dengan motor lain

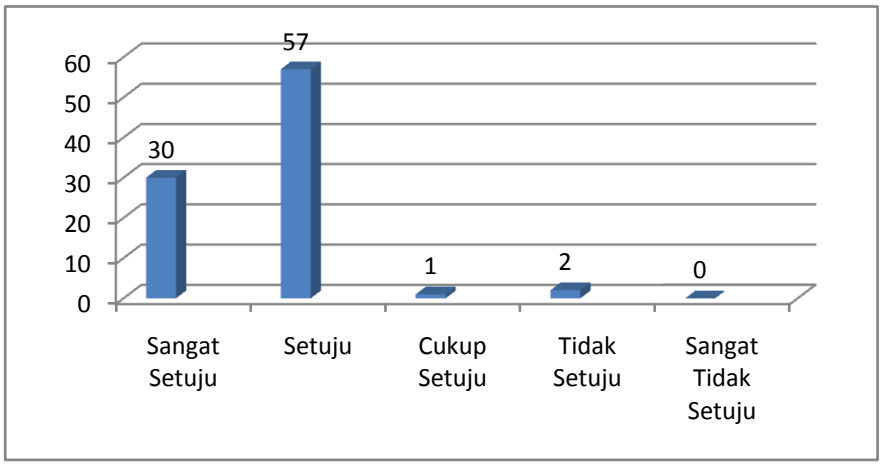
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 37 orang atau (41,1%) menyatakan sangat setuju, 40 orang atau (44,4%) menyatakan setuju, 11 orang atau (12,2%) menyatakan cukup setuju, dan 2 orang atau (2,2%) menyatakan tidak setuju.

Sebagian besar responden menyatakan setuju motor Honda jenis Supra alternative pilihan. Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk (Kotler 2007:237)

Tabel 4.28
Menurut anda membeli motor Honda jenis Supra adalah pilihan yang tepat

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	30	33,3	150
Setuju	57	63,3	228
Cukup	1	1,1	3
Tidak Setuju	2	2,2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**385**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**85,6%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.28
Menurut anda membeli motor Honda jenis Supra adalah pilihan yang tepat

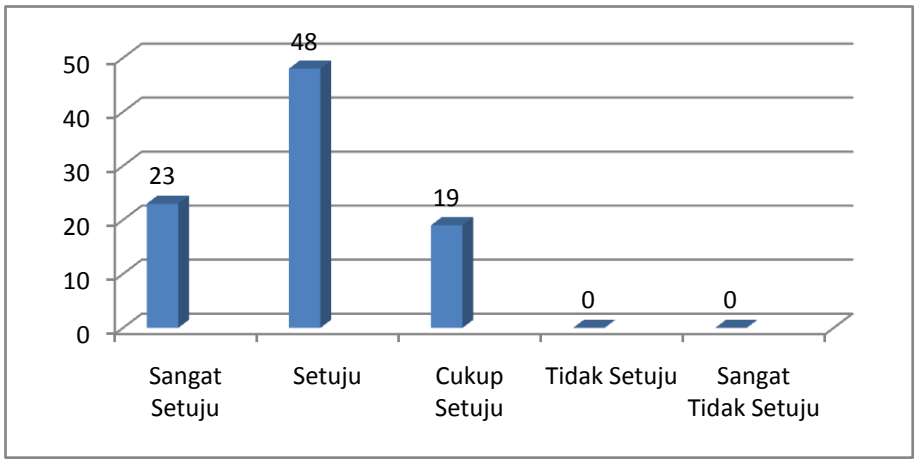
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 30 orang atau (33,3%) menyatakan sangat setuju, 57 orang atau (63,3%) menyatakan setuju, 1 orang atau (1,1%) menyatakan cukup setuju, dan 2 orang atau (2,2%) menyatakan tidak setuju.

Sebagian besar responden menyatakan setuju motor Honda jenis Supra adalah pilihan yang tepat. Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif tindakan yang ada (Schiffman dan Kanuk, 2004)

Tabel 4.29
Saya merasa puas menggunakan sepeda motor Honda jenis Supra

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	23	25,6	115
Setuju	48	53,3	192
Cukup	19	21,1	57
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**364**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**80,9%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.29
Saya merasa puas menggunakan sepeda motor Honda jenis Supra

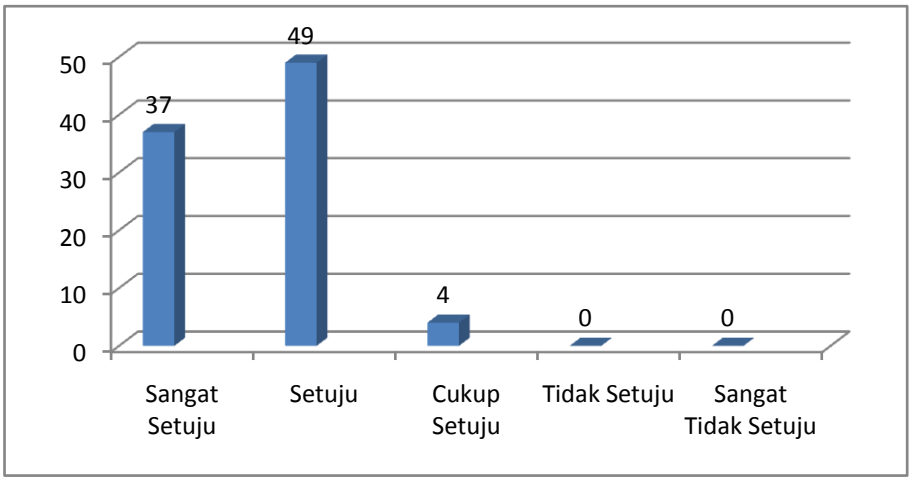
Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang atau (25,6%) menyatakan sangat setuju, 48 orang atau (53,3%) menyatakan setuju, dan 19 orang atau (21,1%) menyatakan cukup setuju.

Sebagian besar responden menyatakan setuju menggunakan motor Honda jenis Supra memuaskan sesuai dengan harapan. Kepuasan pembelian adalah fungsi dari seberapa sesuainya harapan pembeli produk dengan kinerja yang dipikirkan pembeli atas produk tersebut (Kotler, 2007:243).

Tabel 4.30
Saya tertarik membeli ulang sepeda motor merek Honda karena adanya pemberian hadiah yang menarik

Kategori	Frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	37	41,1	185
Setuju	49	54,4	196
Cukup	4	4,4	12
Tidak Setuju	0	0,0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0	0
Jumlah	**90**	**100**	**393**
Skor Aktual / Skor Ideal (%)			**87,3%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.30
Saya tertarik membeli ulang sepeda motor merek Honda karena adanya pemberian hadiah yang menarik

Berdasarkan tabel dan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 37 orang atau (41,1) menyatakan sangat setuju, 49 orang atau (54,4) menyatakan setuju, dan 4 orang atau (4,4%) menyatakan cukup setuju.

Sebagian besar responden menyatakan setuju menggunakan motor Honda jenis Supra memuaskan sesuai dengan harapan. Kepuasan pembelian adalah fungsi dari seberapa sesuainya harapan pembeli produk dengan kinerja yang dipikirkan pembeli atas produk tersebut (Kotler, 2007:243).

Untuk melihat bagaimana Keputusan Pembelian terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya secara keseluruhan, dilakukan penjumlahan skor untuk semua jawaban responden tentang variabel ini. Berikut adalah tabel rekap skor untuk setiap pertanyaan variabel Keputusan Pembelian.

Tabel 4.31
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1	Menurut Saya sepeda Motor Honda jenis Supra adalah satu-satunya kebutuhan alat trasnportasi	350	450	77,8%
2	Untuk memenuhi kebutuhan anda, anda terdorong mencari informasi lebih lanjut tentang sepeda motor Honda jenis Supra	384	450	85,3%
3	Sebelum saya membeli, saya membandingkan Honda jenis Supra dengan motor lain	361	450	80,2%
4	Sepeda motor Honda jenis Supra menjadi alternatif pilihan saya dibandingkan dengan motor lain sendiri	382	450	84,9%
5	Menurut anda membeli motor Honda jenis Supra adalah pilihan yang tepat	385	450	85,6%
6	Saya merasa puas menggunakan sepeda motor Honda jenis Supra	364	450	80,9%
7	Saya tertarik membeli ulang sepeda motor merek Honda karena adanya pemberian hadiah yang menarik	393	450	87,3%
Total		**2619**	**3150**	**83,1%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011

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

Pertanyaan sebanyak 8 item, dengan responden sebanyak 90 orang.

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah Pertanyaan x Responden

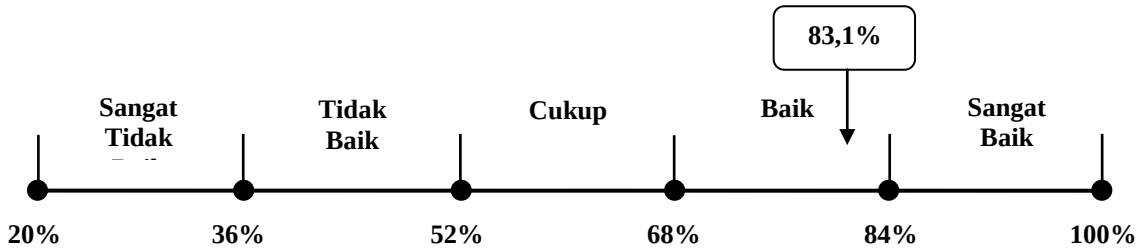
= 5 x 7 x 90

= 3150

$$\% \text{ Skor} = \frac{Skor\ aktual}{Skor\ ideal} x100\%$$

$$\% \text{ Skor} = \frac{2619}{3150} x100\% = 83{,}1\%$$

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



Gambar 4.31
Kategori Variabel Keputusan Pembelian terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Keputusan Pembelian terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya tergolong baik dengan persentase skor total sebesar 83,1% yang terletak antara rentang 68% - 84%.

Skor yang paling rendah yaitu 77,8% dimana motor Honda Supra adalah satu-satunya alat tranportasi, itu karena para responden masih bisa menggunakan kendaraan lain dibanding dengan sepeda motor Honda Supra. Dan skor yang paling tinggi yaitu 87,3% tentang merek Honda memberikan hadiah yang menarik, itu disebabkan karena responden mendapat nilai tambah dari suatu produk tersebut. Apabila barang yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka pembeli akan merubah sikapnya terhadap merek barang tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkin akan menolak dari daftar pilihan. Sebaliknya bila konsumen mendapat kepuasan dari barang yang dibelinya maka keinginan untuk membeli terhadap merek barang tersebut cenderung untuk menjadi lebih kuat (Kotler 2004:224)

4.4 Analisis Verifikatif

Untuk melihat apakah Motivasi Konsumen dan Persepsi Konsumen secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Produk Honda Supra di PD Subur Motor Raya, akan dilakukan analisis regresi linier berganda.

a. Persamaan Regresi Linier Berganda

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

Persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah:

$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$

$\hat{Y}$ = nilai taksiran untuk variabel Keputusan Pembelian Konsumen

a = konstanta

b_i = koefisien regresi

X_1 = Motivasi Konsumen

X_2 = Persepsi Konsumen

Koefisien regresi b_1 :

$$b_1 = \frac{\left(\sum X'_1 Y'\right)\left(\sum X'^2_2\right) - \left(\sum X'_2 Y'\right)\left(\sum X'_1 X'_2\right)}{\left(\sum X'^2_1\right)\left(\sum X'^2_2\right) - \left(\sum X'_1 X'_2\right)^2}$$

$$b_1 = \frac{(720,002)(954,7008) - (622,4019)(407,5352)}{(1599,648)(954,7008) - (407,5352)^2}$$

$$b_1 = \frac{687386,1 - 253650,6813}{1527185 - 166084,9506}$$

$$b_1 = \frac{(433735,4)}{(1361100)}$$

$$b_1 = 0,319$$

Koefisien regresi b_2 :

$$b_2 = \frac{\left(\sum X'_2 Y'\right)\left(\sum X'^2_1\right) - \left(\sum X'_1 Y'\right)\left(\sum X'_1 X'_2\right)}{\left(\sum X'^2_1\right)\left(\sum X'^2_2\right) - \left(\sum X'_1 X'_2\right)^2}$$

$$b_2 = \frac{(622,4019)(1599,648) - (720,0016)(407,5352)}{(1599,648)(954,7008) - (407,5352)^2}$$

$$b_2 = \frac{995624 - (293425,9904)}{1527185 - 166084,9506}$$

$$b_2 = \frac{702198}{1361100}$$

$$b_2 = 0,516$$

Konstanta a :

$$a = \bar{Y} - b_1\bar{X}_1 - b_2\bar{X}_2$$

$$a = 20,09611 - (0,3187)(18,70926) - (0,516)(20,63557)$$

$$a = 20,09611 - 5,962 - (10,646)$$

$$a = 3,488$$

Dengan demikian diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$\hat{Y}$ = 3,488 + 0,319 X_1 + 0,516 X_2

Dengan menggunakan *software* SPSS, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.32
Koefisien Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,488	1,752		1,991	,050
	Motivasi (X1)	,319	,064	,392	4,981	,000
	Persepsi (X2)	,516	,083	,490	6,230	,000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai a sebesar 3,488, nilai b_1 sebesar 0,319 dan b_2 sebesar 0,516. Dengan demikian maka dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 3{,}488 + 0{,}319\ X_1 + 0{,}516\ X_2$$

Nilai a dan b_i dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a = 3,488 artinya: jika Motivasi Konsumen dan Persepsi Konsumen bernilai 0 maka Keputusan Pembelian Konsumen akan bernilai 3,488 atau dalam arti lain jika tidak ada Motivasi dan Persepsi Konsumen, maka Keputusan Pembelian akan memiliki nilai sebesar 3,488.

b_1 = 0,319 artinya: ini menunjukkan koefisien regresi variabel (X1) arah regresi positif dimana setiap perubahan 1% pada nilai X1 (Motivasi), maka nilai Y (Keputusan Pembelian) akan berubah sebesar 0,319%.

b_2 = 0,516 artinya: ini menunjukkan koefisien regresi variabel (X2) arah regresi positif dimana setiap perubahan 1% pada nilai X2 (Persepsi Konsumen), maka nilai Y (Keputusan Pembelian) akan berubah sebesar 0,516%.

Dari hasil tersebut, dapat dilihat bahwa diantara kedua variabel tersebut mempunyai hubungan linear. Tanda positif pada koefisien b_1 setiap kenaikan nilai Motivasi akan menaikan nilai Keputusan Pembelian. Tanda positif pada koefisien b_2 setiap kenaikan nilai Persepsi akan menaikan nilai Keputusan Pembelian. Nilai koefisien regresi a yang positif juga menunjukkan bahwa grafik linear dimulai dari titik 3,488 yang selanjutnya akan dilanjutkan dengan kenaikan dalam kondisi persyaratan khusus.

b. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier di antara variabel bebas dan variabel terikat. Berikut akan diuraikan analisis korelasi baik korelasi parsial maupun korelasi berganda.

4.4.1 Analisis Korelasi Parsial Antara Motivasi Konsumen (X_1) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Dengan menggunakan software SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi parsial antara Motivasi Konsumen (X_1) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.33
Koefisien Korelasi Parsial X_1 dengan Y

Coefficients[a]

Model		Correlations
		Partial
1	Motivasi (X1)	,471
	Persepsi (X2)	,555

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan output di atas, diketahui koefisien korelasi parsial antara Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,471. Koefisien korelasi bertanda positif menunjukkan hubungan parsial yang terjadi antara Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian Konsumen adalah berbanding lurus, dimana peningkatan Motivasi Konsumen akan diikuti oleh peningkatan Keputusan Pembelian Konsumen. Nilai 0,471 menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel X_2 (Persepsi Konsumen) konstan, maka hubungan yang terjadi antara Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian Konsumen berada dalam kategori hubungan sedang (interval 0,400 – 0,599).

4.4.2 Analisis Korelasi Parsial Antara Persepsi Konsumen (X_2) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Dengan menggunakan software SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi parsial antara Persepsi Konsumen (X_2) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.34
Koefisien Korelasi Parsial X_2 dengan Y

Coefficients[a]

Model		Correlations: Partial
1	Motivasi (X1)	,471
	Persepsi (X2)	,555

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan output di atas, diketahui koefisien korelasi parsial antara Persepsi Konsumen dengan Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,555. Koefisien korelasi bertanda positif menunjukkan hubungan parsial yang terjadi antara Persepsi Konsumen dengan Keputusan Pembelian Konsumen adalah berbanding lurus, dimana peningkatan Persepsi Konsumen akan diikuti oleh peningkatan Keputusan Pembelian Konsumen. Nilai 0,555 menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel X_1 (Motivasi Konsumen) konstan, maka hubungan yang terjadi antara Persepsi Konsumen dengan Keputusan Pembelian Konsumen berada dalam kategori hubungan sedang (interval 0,400 – 0,599).

4.4.3 Analisis Korelasi Simultan Antara Motivasi Konsumen (X_1) dan Persepsi Konsumen (X_2) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Dengan menggunakan software SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi simultan antara Motivasi Konsumen (X_1) dan Persepsi Konsumen (X_2) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.35
Koefisien Korelasi Simultan Antara X_1 dan X_2 dengan Y

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,721[a]	,520	,509	2,41556978

a. Predictors: (Constant), Persepsi (X2), Motivasi (X1)

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan output di atas, diketahui koefisien korelasi simultan antara Motivasi Konsumen dan Persepsi Konsumen dengan Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,721. Nilai 0,721 menunjukkan hubungan simultan yang terjadi antara Motivasi Konsumen dan Persepsi Konsumen dengan Keputusan Pembelian Konsumen berada dalam kategori hubungan yang kuat (interval 0,600 – 0,799).

1. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (R) atau disebut juga sebagai R-Square. Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Motivasi Konsumen dan Persepsi Konsumen secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

$Kd = R^2 x100\%$

$Kd = (0,721)^2 x100\%$

$Kd = 0,519841x100\%$

$Kd = 51,9841\%$

$Kd = 52\%$

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh koefisien determinasi yang dapat dilihat pada tabel output berikut:

Tabel 4.36
Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,721[a]	,520	,509	2,41556978

a. Predictors: (Constant), Persepsi (X2), Motivasi (X1)

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)

Dari tabel hasil output SPSS di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau *R square* sebesar 0,520 atau 52,0%. Hal ini menunjukkan bahwa Motivasi Konsumen dan Persepsi Konsumen secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 52,0% sedangkan sisanya sebesar 100%-52,0% = 48,0% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

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
1	Motivasi (X1)	,392	,553
	Persepsi (X2)	,490	,619

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)

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

1. Variabel Motivasi = 0,329 x 0,553 = 0,217 atau 21,7%
2. Variabel Persepsi = 0,490 x 0,619 = 0,303 atau 30,3%

Dari hasil perhitungan secara parsial di atas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling berengaruh terhadap variabel terikat adalah variabel Persepsi (X_2) sebesar 30,3% dan diikuti dengan variabel Motivasi (X_1) sebesar 21,7% maka total pengaruh secara keseluruhan sebesar 52,0% dan sisanya 48,0% merupakan variabel lain yang tidak diteliti.

2) Pengujian Hipotesis

1) Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji Statistik F)

Untuk menguji apakah variabel Motivasi Konsumen dan Persepsi Konsumen secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, maka dilakukan pengujian hipotesis simultan sebagai berikut:

H_0: $\beta_1 = \beta_2 = 0$, Artinya, tidak terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari Motivasi Konsumen (X_1) dan Persepsi Konsumen (X_2) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (variabel Y).

H_a : $\beta_i \neq \beta_2 \neq 0$, Artinya, terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari Motivasi Konsumen (X_1) dan Persepsi Konsumen (X_2) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (variabel Y).

Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2) / (n - K - 1)}$$

Maka:

$$F_{hitung} = \frac{0,520/2}{(1-0,520)/(90-2-1)}$$

$$F_{hitung} = \frac{0,260}{0,480/87}$$

$$F_{hitung} = \frac{0,260}{0,005517241379}$$

$$F_{hitung} = 47,176$$

Dimana :

K = Derajat Kebebasan

N = Jumlah Responden

Nilai F dihitung dibandingkan dengan nilai F tabel berdasarkan tingkat signifikasi (α) = 5% dan derajat kebebasan pembilang = k dan derajat penyebut = n –k- 1. Kriteria pengujian hipotesis secara simultan adalah sebagai berikut :

Apabila F_{hitung} positif (+), maka :

- $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- $F_{hitung} < Ft_{tabel}$ maka H_0 diterima

Apabila F_{hitung} negatif (-), maka :

- $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima
- $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Berdasarkan tabel ANOVA, maka dapat diketahui nilai F_{hitung} yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.38
Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

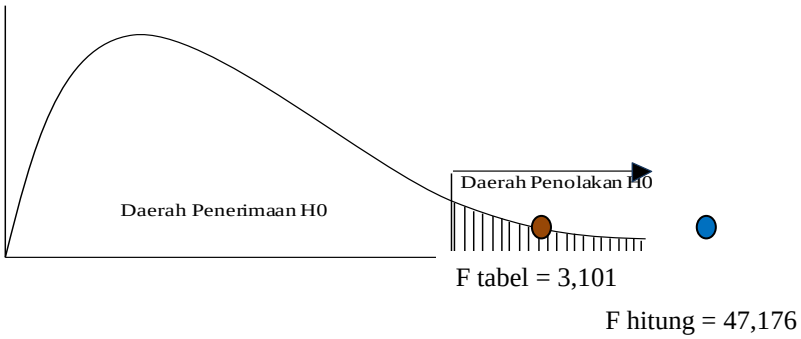
ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	550,540	2	275,270	47,176	,000[a]
	Residual	507,643	87	5,835		
	Total	1058,183	89			

a. Predictors: (Constant), Persepsi (X2), Motivasi (X1)

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan tabel output di atas, dapat diketahui nilai F hitung sebesar 47,176. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F tabel. Dengan α=0,05, db_1=2 dan db_2=87, diketahui nilai F tabel sebesar 3,101. Dari nilai-nilai di atas, diketahui nilai F hitung (47,176) > F tabel (3,101), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari Motivasi Konsumen (X_1) dan Persepsi Konsumen (X_2) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (variabel Y). Jika disajikan dalam gambar, maka nilai F hitung dan F tabel tampak sebagai berikut:



Gambar 4.32
Kurva Uji Hipotesis Simultan X_1 dan X_2 terhadap Y

2) Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t)

Untuk melihat lebih rinci pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat, berikut disajikan uji hipotesis secara parsial menggunakan uji t.

- **Pengujian X_1:**

Ho : $\beta_1 = 0$ Motivasi Konsumen secara parsial tidak berpengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Ha : $\beta_1 \neq 0$ Motivasi Konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Rumus uji t yang digunakan adalah :

Pengujian hipotesis X1 :

$$t_{hitungX1} = \frac{b_1}{se(b_1)}$$

$$t_{hitungX1} = \frac{0,319}{0,064}$$

$$t_{hitungX1} = 4,981$$

Pengujian hipotesis X2 :

$$t_{hitungX2} = \frac{b_2}{se(b_2)}$$

$$t_{hitungX1} = \frac{0,516}{0,083}$$

$$t_{hitungX2} = 6,230$$

Kriteria dari pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut :

Apabila t_{hitung} positif (+), maka :

- $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Apabila t_{hitung} negatif (-), maka :

- $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 diterima

  $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_1 sebagai berikut:

Tabel 4.39
Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) X_1

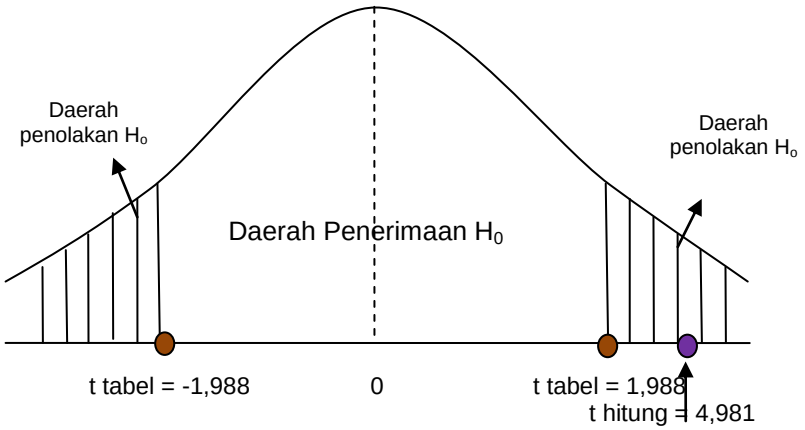
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,488	1,752		1,991	,050
	Motivasi (X1)	,319	,064	,392	4,981	,000
	Persepsi (X2)	,516	,083	,490	6,230	,000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t hitung untuk Motivasi Konsumen sebesar 4,981. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=90-2-1=87, untuk pengujian dua sisi diperoleh nilai t tabel sebesar ± 1,988. Diketahui bahwa t hitung untuk X_1 sebesar 4,981 berada lebih dari nilai t tabel (1,988), maka Ho ditolak artinya Motivasi Konsumen secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan

Pembelian Konsumen. Jika digambarkan, nilai t hitung dan t tabel untuk pengujian parsial X_1 tampak sebagai berikut:



Gambar 4.33
Kurva Uji Hipotesis Parsial X_1 terhadap Y

- **Pengujian X_2:**

Ho : $\beta_2 = 0$ Persepsi Konsumen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Ha : $\beta_2 = 0$ Persepsi Konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak Ho jika t hitung lebih besar dari t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_2 sebagai berikut:

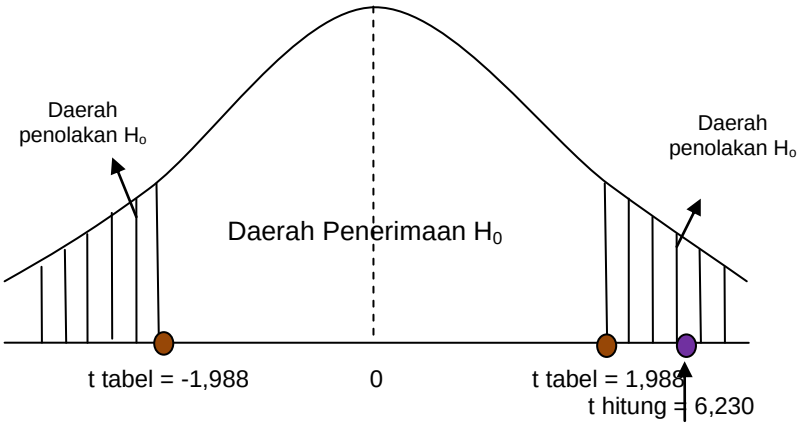
Tabel 4.40
Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) X_2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,488	1,752		1,991	,050
	Motivasi (X1)	,319	,064	,392	4,981	,000
	Persepsi (X2)	,516	,083	,490	6,230	,000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t hitung untuk Persepsi Konsumen sebesar 6,230. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=90-2-1=87, untuk pengujian dua sisi diperoleh nilai t tabel sebesar 1,988. Diketahui bahwa t hitung untuk X_2 sebesar 6,230 berada lebih dari nilai t tabel (1,988), maka Ho ditolak artinya Persepsi Konsumen secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jika digambarkan, nilai t hitung dan t tabel untuk pengujian parsial X_2 tampak sebagai berikut:



Gambar 4.34
Kurva Uji Hipotesis Parsial X_2 terhadap Y