BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1. Sejarah Perusahaan

PT. Kencana Berlian Makmur didirikan pada tanggal 03 Maret 2003 di Bandung dengan Surat Keputusan Departemen Kehakiman RI No.C-07100.HT.01.01 Tahun 2003. Pada hari Senin, tanggal 05 Januari 2004 pukul 12.00 WIB PT. Kencana Berlian Makmur disahkan sebagai perseroan atas dasar putusan kehakiman No.48/CN/2003/PN.BDG.P.ST.

Pusat PT. Kencana Berlian Makmur berlokasi di Jalan Dr. Junjunan No.119 (Pasteur), Bandung. PT. Kencana Berlian Makmur merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan kendaraan berjenis sepeda motor dari produk Yamaha. PT. Kencana Berlian Makmur mempunyai sebelas kantor cabang berupa *dealer-dealer* resmi motor Yamaha yang tersebar di daerah Jawa Barat. Pada perusahaan ini kegiatan yang dilakukan selain kegiatan penjualan, perusahaan ini juga menyediakan pelayanan perawatan kendaraan motor Yamaha dan menerima pemesanan semua jenis suku cadang untuk motor-motor besar produk Yamaha.

Perusahaan ini sebagai *main dealer* produk sepeda motor Yamaha mempunyai kegiatan memasarkan dan mendistribusikan sepeda motor Yamaha ke wilayah Jawa Barat.

Dealer Yamaha Berlian Pasteur Makmur memasarkan dan mendistribusikan produk sepeda motor (kendaraan roda dua) merk Yamaha. Adapun produk-produk

yang dipasarkan oleh *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur meliputi:

a. Sepeda motor YAMAHA BISON
b. Sepeda motor YAMAHA MIO FINO
c. Sepeda motor YAMAHA MIO J
d. Sepeda motor YAMAHA MIO GT
e. Sepeda motor YAMAHA MIO CW
f. Sepeda motor YAMAHA MIO SOUL
g. Sepeda motor YAMAHA VEGA ZR
h. Sepeda motor YAMAHA JUPITER Z NEW
i. Sepeda motor YAMAHA JUPITER
j. Sepeda motor YAMAHA VIXION
k. Sepeda motor YAMAHA XEON
l. Sepeda motor YAMAHA X-RIDE
m. Sepeda motor YAMAHA SCORPIO Z CW

Adapun logo dari Yamaha, sebagai berikut :



Gambar 4.1
Logo Yamaha
Sumber : *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur

Berikut ini adalah produk Yamaha yang dijadikan objek penelitian yaitu sepeda motor merek Mio Fino :



Gambar 4.2
Sepeda Motor Mio Fino
Sumber : *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur

Adapun Visi Misi dan Moto dari *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur dalam menunjang kemajuan usaha bisnisya:

Visi

1. Mejadi perusahaan distributor motor, produk dan jasa pendukung yang memiliki jarring pemasaran terbesar di Indonesia.
2. Menjadi *dealer* terbesar, tebaik dan terpercaya.

3. Menjadi Perusahaan yang terpercaya, meliputi sumber daya manusia yang handal, system pengelolaan keuangan yang solid, dan infrasttuktur yang tepat guna.

Misi

1. Melakukan strategi bisnis perusahaan yang didukung oleh strategi kebijakan yang optimal.
2. Memastikan terjadinya pertumbuhan penjualan pasar di setiap wilayah oprasional.

Moto

"*Dealer* yang mengrti anda"

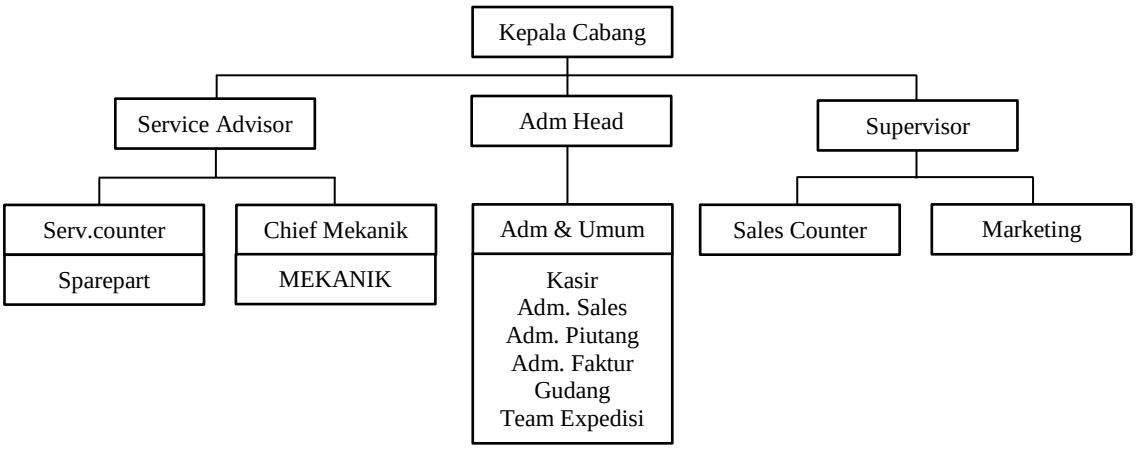
4.1.2. Stuktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa.

Terdapat empat komponen dasar yang merupakan kerangka dalam memberikan definisi dari struktur organisasi yaitu:

1. Struktur organisasi memberikan gambaran mengenai pembagian tugas serta tanggung jawab .

2. Struktur organisasi memberikan gambaran mengenai hubungan pelaporan yang ditetapkan secara resmi.
3. Struktur organisasi menetapkan pengelompokkan individu menjadi bagian dari organisasi; pengelompokkan tersebut menjadi bagian suatu organisasi yang utuh.
4. Struktur organisasi juga menetapkan sistem hubungan dalam organisasi yang memungkinkan tercapainya komunikasi, koordinasi dan pengintegrasian segenap kegiatan baik ke arah vertikal maupun horizontal. Struktur organisasi yang digunakan *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur, adalah sebagai berikut :



Gambar 4.3
Stuktur Organisasi *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur
Sumber : *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur

4.1.3. Job Description / Deskripsi Jabatan

Adapun tugas dan wewenang, dan tangung jawab dari tiap bagian atau fungsi yang ada dalam struktur organisasi tersebut,penulis hanya menguraikan secara garis besarnya, yaitu sebagai berikut :

A. Kepala Cabang

1. Sebagai penanggung jawab tertinggi atas keseluruhan kegiatan perusahaan.
2. Merencanakan program kerja dan mengatur penempatan karyawan sesuai dengan kemampuannya.
3. Mengontrol kelancaran operasi kegiatan perusahaan sehari-hari agar tidak menyimpang dari program kerja yang telah dibuatnya.
4. Memeriksa/mengesahkan laporan administrasi *workshop*.
5. Menandatangani surat keluar dan surat masuk.
6. Menganalisis dan membuat evaluasi workshop (income) dan biaya pengeluaran (expence).
7. Memberikan sanksi atau teguran dan tindakan kepada karyawan yang melakukan pelanggara, disiplin dan peraturan perusahaan yang berlaku.
8. Mengajukan pemakaian uang perusahaan untuk keperluan pekerjaan maksimal.

B. Service Advisor

1. Menerima dan melayani tamu/pemilik kendaraan yang datang ke workshop dengan arah dan berdasarkan no urut.
2. Mendengarkan setiap keluhan pelanggan dan melakukan diagnosa kerusakan berdasarkan pengamatan pada kendaraan serta riwayat kendaraan.
3. Memberikan keterangan teknis mengenai perbaikan yang perlu di lakukan.

4. Memberikan perkiraan biaya maupun waktu yang di perlukan kepada pemilik kendaraan.
5. Membuat surat perintah perbaikan / work order.
6. Mengontrol/memonitor kendaraan yang sedang di perbaiki agar sesuai dengan perkiraan yang di janjikan, apabila terjadi perubahan atas perkiraan tersebut segera memberitahukan kepada pemilik kendaraan.
7. Menyelesaikan pekerjaan administrasi yang berhubungan dengan perbaikan kendaraan antara lain : penagihan ongkos kerja , spare part dan sebagainya.
8. Memberikan penjelasan kepada pelanggan mengenai perbaikan yang dilakukan serta rincian biayanya.
9. Membuat data pemasukan kendaraan sehari-hari.

C. Chife Mekanik

1. Bertanggung jawab atas pembagian kerja kepada para mekanik.
2. Melakukan perencanaan, pelaksanaan dan pemeriksaan terhadap kerja mekanik.
3. Memberikan pengawasan dan bimbingan serta membantu mengatasi kesulitan yang di hadapi mekanik dalam groupnya masing-masing.

D. Mekanik

1. Bertanggung jawab terhadap leader groupnya.
2. Melaksanakan pekerjaan perbaikan atau perawatan yang sesuai dengan order yang di tulis pada surat perintah (WO) atau instruksi S/A dan dalam waktu yang telah di tetapkan.

E. Administrasi

1. Membuat daftar rekapitulasi harian berdasarkan data dari laporan harian cashier dan salinan WO, penjualan serta spare parts. Data harian ini mencatat data pendapatan ongkos kerja, spare part, sub material dan jasa lain dari tiap-tiap kendaraan secara terpisah.
2. Mengumpulkan kupon free service dan membuat laporan pelaksanaan free service.
3. Membuat laporan bulanan penjualan, service, dan spare part.
4. Membuat laporan bulanan pengeluaran perusahaan.
5. Mengerjakan surat menyurat dan penyimpanannya.
6. Membantu pekerjaan frontliner atau cashier bila di perlukan.

F. Kasir

1. Menyimpan dan menjaga keamanan uang tunai/cek dan item kas lainnya.
2. Menerima uang biaya penjualan dan perbaikan kendaraan serta spare part berdasarkan tagihan yang telah di buat oleh front liner. Sebelum menerima uang, kasir harus memeriksa sekali lagi apakah tagihan yang telah di buat oleh front liner cocok jumlahnya (untuk menghindari kesalahan tagihan).
3. Membuat laporan harian sebagai bahan laporan dan bukti penyetoran uang kepada accounting manager.
4. Membuat laporan kredit, laporan sisa hutang tiap periode tertentu.

G. Admin Sales

1. Membuat laporan penjualan
2. Mencetak surat jalan untuk pengiriman barang

3. Mencetak data penjualan
4. Mengontrol BBN (*Bea Balik Nama)*
5. Mencetak surat servis

H. Gudang

1. Bertanggung jawab mengenai masalah *stock* barang.
2. Menyiapkan unit barang yang akan di kirim.
3. Bertanggung jawab kelengkapan barang

I. Team Ekpedisi

1. Kirim barang.
2. Cek kelengkapan surat kirim barang.
3. Serah terima Unit barang ke konsumen.
4. Menarik dan mengirim unit barang dari/ke cabang.
5. Melaksanakan moving sebagai aktivitas promosi

J. Supervisor

1. Menyampaikan visi perusahaan kepada bawahannya.
2. Mengontrol kinerja bawahannya.
3. Mempertanggungjawabkan hasil kerja/target dari bawahannya.
4. Mengevaluasi hasil kerja bawahannya.
5. Memberi training kepada karyawan-karyawan baru.
6. Mencari solusi terhadap permasalahan yang sedang di hadapi oleh bawahannya.

K. Sales Counter dan Marketting

Sales Counter adalah salah satu bagian dari divisi marketing yang keberadaannya berada di lingkungan perusahaan tersebut. Yang tugasnya meliputi:

1. Menangani dan memberi penjelasan kepada konsumen terhadap produk yang ditawarkan.
2. Menangani konsumen yang datang dan telepon yang masuk.
3. Follow Up terhadap konsumen.
4. Membantu dan mengawasi serta menginformasikann pengiriman pesanan sampai pengurusan surat-surat kendaraannya selesai.
5. Memberikan pengarahan pada konsumen terhadap produk yang dibutuhkan konsumen.

4.2. Karakteristik Responden

Didalam penelitian ini penulis menyebarkan 75 kuesioner yang berisikan 12 pertanyaan inti kepada konsumen atau pembeli produk motor Mio Fino pada *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur jalan Dr. Djunjunan Bandung . Kuesioner ini berisi tentang tanggapan konsumen menegnai ekuitas merek yang terdapat pada motor merek Mio Fino.

Untuk mendapat gambaran mengenai hal tersebut maka konsumen yang menjadi objek penelitian ini, akan diuraikan pengelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pengeluaran perbulan yang biasanya dilakukan konsumen yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	34	45.30%
Perempuan	41	54.70%
Total	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dipaparkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukan 45.3% responden laki-laki dan 54.7% responden perempuan, maka mayoritas responden pada penelitian ini adalah perempuan, tetapi responden laki-laki juga memiliki jumlah yang cukup tinggi, maka dengan ini dapat dikatakan bahwa motor Mio Fino di sukai oleh laki-laki dan perempuan.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Frekuensi	Persentase
17-24Tahun	39	52.00%
25-35Tahun	26	34.70%
35-49Tahun	10	13.30%
>50Tahun	-	
Total	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berusia 17-24 tahun sebesar 52 %, usia 25-35tahun sebesar 34.70%, sedangkan usia 35-49 tahun sebesar 13.30%, maka dari itu dapat dikatakan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah responden yang berusia 17 tahun sampai dengan 24 tahun ini berarti motor Mio Fino di sukai oleh para usia muda atau remaja.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
PNS	2	2.70%
Pegawai Swasta	17	22.70%
Wirausaha	19	25.30%
Pelajar/Mahasiswa	37	49.30%
Total	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasrkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan terbanyak adalah responden Pelajar/Mahasiswa sebesar 49.30%, sedangkan 25.30% responden berprofesi sebagai Wirausaha, 22.70% sebagai Pegawai Swasta dan sisanya 2.70% sebagai PNS (pegawai negri sipil). Dengan demikian responden terbanyak pengguna Mio Fino berprofesi sebagai Pelajar atau Mahasiswa.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMP	9	12.00%
SMA	51	68.00%
D3	11	14.70%
S1	4	5.30%
S2	-	-
S3	-	-
Total	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden yang berpendidikan SMA yaitu sebanyak 68.00%, sedangkan yang berpendidikan trebanyak kedua yaitu D3 diploma III sebanyak 14.70% dan yang berpendidikan SMP dan S1sebanyak 12.00% dan 5.30%. dengan demikian mayoritas pengguna motor Mio Fino berpendidikan SMA.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran/bulan	Frekuensi	Persentase
< Rp.800.000	13	17.30%
Rp.800.000-Rp.1.000.000	15	20.00%
Rp.1.100.000-Rp.1.300.000	13	17.30%
Rp.1.400.000-Rp.1.600.000	13	17.30%
>Rp.1.600.000	21	28.00%
Total	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.5 di atas terlihat bahwa responden terbanyak pada penelitian ini adalah responden yang pengeluaran perbulanya > Rp.1 .600.000 sebesar 28.10%, kemudian 20.00% responden melakukan pengeluaran perbulanya Rp.800.000-Rp.1.000.000, sedangkan yang melakukan pengeluaran < Rp.800.000, Rp.1.100.000-Rp.1.300.000, dan Rp.1.400.000-Rp.1.600.000 perbulanya masing-masing sebesar 17.30%. Dengan demikian responden pengguna motor Mio Fino ini mayoritas berpengeluaran perbulanya > Rp.1.600.000.

Tabel 4.6
Karateristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan pada *Dealer* Yamaha Berlian Perbulannya

Banyak Kunjungan	Frekuensi	Persentase
Sanagt Sering	-	-
Sering	9	12.00%
Cukup Sering	32	42.70%
Kadang-Kadang	34	45.30%
Total	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat diketahui frekuensi kunjungan para responden dalam penelitian ini 12.00% responden mengatakan sering, lalu 42.70% responden mengatakan Cukup Sering, dan yang terbanyak responden

mngatakan Kadang-Kadang sebesar 45.30%. Dengan demikian responden pengguna motor Mio Fino Kadang-Kadang datang ke *dealer* Yamaha Berlian dalam perbulannya.

4.3. Analisis Deskriptif

4.3.1. Tanggapan Responden Terhadap Ekuitas Merek Mio Fino Pada *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur Bandung.

Berlian Pasteur merupakan salah satu *dealer* resmi Yamaha yang menjual sepeda motor Yamaha. Didalam bagian ini akan dipaparkan mengenai taggapan responden terhadap ekuitas merek Mio Fino di *Dealer* Berlian Pasteur Bandung. Ekuitas merek yang akan diteliti yaitu meliputi : kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek. Maka didapat hasi dari penelitian mengenai tanggapan responden terhadap ekuitas merek dapat dilihat dari tablel berikut ini:

1. Kesadaran Merek

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Mengenal Merek Motor Mio Fino

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Mengenal	27	36.00%
Mengenal	37	49.30%
Cukup	11	14.70%
Tidak Mengenal	-	-
Sangat Tidak Mengenal	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, Tanggapan Responten Terhadap Tingkat Mengenal Merek Motor Mio Fino dari 75 responden menyatakan, 36% sangat

mengenal , 49.30% memilih mengenal, sedangkan sisanya 14.70% memilih cukup untuk mengenal merek motor Mio Fino.

Dengan demikian Hal ini menunjukan jumlah terbanyak responden memilih sudah mengenal merek dari motor Mio Fino sebesar 49.30%, maka merek motor Mio Fino merupakan merek yang sudah dikenal oleh para responden dari jenis produk sepeda motor, karena pararesponden pengguna sepeda motor merek Mio Fino. Sesuai dengan teori Freddy Rangkuti (2009:40), merek motor Mio fino pada tingkatan Pengenalan merek (*Brand Recognition*), menunjukan bahwa merek sepeda motor Mio Fino merupakan merek yang dikenal oleh para responden.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kemudahan Untuk Mengingat Kembali Merek Sepeda Motor Mio Fino

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Mudah	10	13.30%
Mudah	51	68.00%
Cukup	14	18.70%
Tidak Mudah	-	-
Sangat Tidak Mudah	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Untuk Mengingat Kembali Merek Sepeda Motor Mio Fino dari 75 responden, 13.30% memilih merek Mio Fino sangat mudah untuk di ingat kembali, sedangkan 68.00% responden memilih mudah untuk mengiangat kembail, dan 18.70% sisanya memilih cukup mudah untuk mengingat kembali merek sepeda sepeda motor Mio Fino.

Dengan demikian hal ini menunjukan mayoritas responden menyatakan, Mudah untuk mengingat kembali merek sepeda motor Mio Fino, maka merek Mio Fino merek yang Mudah untuk di ingat kembali oleh para responden dari jenis produk sepeda motor, karena sepeda motor merek Mio Fino mempunyai nama merek yang sederhana sehingga dapat mudah diingat. Sesuai dengan teori Freddy Rangkuti (2009:40), merek motor Mio fino pada tingkatan pengiatan kembali merek (*Brand Recall*), menunjukan bahwa merek sepada motor Mio Fino merek yang mudah untuk diingat kembali oleh para responden.

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Merek Yang Paling Diingat Dari Merek Sepeda Motor Mio Fino

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Diingat	5	6.70%
Diingat	25	33.30
Cukup	44	58.70%
Tidak Diingat	1	1.30%
Sangat Tidak Diingat	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Merek Yang Paling Diingat Dari Merek Sepeda Motor Mio Fino dari 75 responden, 6.70% memilih sangat diingat ketika mengingat merek sepeda motor, lalu 33.30% responden memilih diingat, sedangkan 58.70% memilih merek Mio Fino cukup diingat, dan sisanya 1.30% memilih merek Mio Fino tidak diingat.

Dengan demikian hal ini menunjukan bahwa merek sepeda motor Mio Fino merek yang Cukup Diingat untuk tingkat merek yang paling diingat dari merek sepeda motor. Sesuai dengan teori Freddy Rangkuti (2009:40), merek

motor Mio fino pada tingkatan puncak pikiran (*Top of Mind*), menunjukan bahwa merek sepada motor Mio Fino merek yang cukup diingat oleh para responden.

Tabel 4.10
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Kesadaran Merek

Keterangan	Skor					Jumlah
	5	4	3	2	1	
Tingkat mengenal merek	27x5=135	37x4=148	11x3=33			**316**
Tingkat kemudahan untuk mengingat kembali merek	10x5=50	51x4=204	14x3=42			**296**
Tingkat merek yang paling diingat	5x5=25	25x4=100	44x3=132			**257**
Skor Total						**869**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Kesadaran Merek

$$= \frac{\text{Skor Total}}{5x3x75} x100\%$$

$$= \frac{869}{1125} x100\%$$

$$= 77.24\%$$

Tabel 4.11
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Tingkat Kriteria
20% - < 36%	Sangat Rendah
36% - < 52%	Rendah
52% - < 68%	Cukup Tinggi
68% - < 84%	Tinggi
84% - < 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer yang telah diolah

Maka bila dilihat dari tabel 4.10 di atas pernyataan terhadap Kesadaran Merek yang terdapat pada sepeda motor Merek Mio Fino dapat dikatakan Tinggi, karena nilai persentase yang dimiliki dari keseluruhan jawaban pernyataan adalah sebesar 77.24% dan nilai tersebut berada diantara tingkat interval 68%-<84% dengan kriteria tinggi, yang menunjukan tanggapan responden terhadap Kesadaran Merek sepeda motor Merek Mio Fino selama ini dinilai Tinggi.

2. Kesan Kualitas

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Ketahanan Mesin Sepeda Motor Mio Fino

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Baik	-	-
Baik	43	57.40%
Cukup	31	41.30%
Tidak Baik	1	1.30%
Sangat Tidak Baik	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.12 di atas Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Ketahanan Mesin Motor Mio Fino dari 75 responden, 57.40% responden memilih baik untuk ketahanan mesin sepeda motor Mio Fino, sedangkan 41.30% responden memilih cukup baik, dan sisanya 1.30% responden memilih tidak baik.

Dengan demikian hal ini menunjukan bahwa tingkat ketahanan mesin sepeda motor Mio Fino baik, karena sepeda motor Mio Fino memiliki mesin berkapasitas 113 cc yang mampu melontarkan tenaga hingga 8,35 PS di putaran 8.000 rpm dengan torsi puncak mencapai 7,84 Nm di 7.000 rpm. Maka sesuai dengan teori Garvin yang dikutip olah Susanta (2009:63), menunjukan ketahanan

mesin dari sepeda motor Mo Fino baik hal ini akan membelikan nilai pelanggan yang baik juga.

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Ciri Khas Bentuk Sepeda Motor Mio Fino

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Khas	4	5.30%
Khas	41	54.70%
Cukup	29	38.70%
Tidak Khas	1	1.30%
Sangat Tidak Khas	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Ciri Khas Bentuk Sepeda Motor Mio Fino dari 75 responden, 5.30% responden memilih sangat khas, sedangkan 54.70% responden memilih khas, lalu 38.70% responden memilih cukup Khas dan sisanya 1.30% responden memilih tidak khas untuk tingkat ciri khas bentuk sepeda motor Miio Fino.

Dengan demikian hal ini menunjukan bahwa responden mayoritas menyatakan merek sepeda motor Mio Fino memiliki ciri khas bentuk sepeda motor yang khas sebesar 54.70%, karena sepeda motor Mio Fino memiliki model retro tersendri. Maka sesuai dengan teori Garvin yang dikutip olah Susanta (2009:63), menunjukan bahwa karakteristik produk Mio Fino khas hal ini dapat membedakan produk sepeda motor Mio Fino dengan produk lain.

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kenyamanan Setelah Menggunakan Speda Motor Mio Fino

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Nyaman	3	4.00%
Nyaman	35	46.70%
Cukup	34	45.30%
Tidak Nyaman	3	4.00%
Sangat Tidak Nyaman	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kenyamanan Setelah Menggunakan Speda Motor Mio Fino dari 75 responden, 4.00% responden memilih sangat nyaman, 46.70% responden memilih nyaman, 45.30% responden memilih cukup nyaman, sedangkan sisanya 4.00% responden memilih tidak nyaman.

Dengan demikinan mayoritas responden menyatakan merek sepeda motor Mio Fino nyaman saat digunakan, karena Mio Fino Skutik mesinnya diadopsi dari Mio Soul yang memiliki suara mesin yang halus dan sangat minim getaran. Maka sesuai dengan teori Garvin yang dikutip olah Susanta (2009:63), menunjukan bahwa kenyamannan merek sepeda motor Mio Fino yang dirasakan responden nyaman hal ini dapat memberikan alasan kepada responden untuk menggunakan sepeda motor Mio fino.

Tabel 4.15
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Kesan Kualitas

Keterangan	Skor					Jumlah
	5	4	3	2	1	
Tingkat Ketahanan Mesin Motor Mio Fino	-	43x4=172	31x3=93	1x2=2	-	**267**
Tingkat Ciri Khas Bentuk Motor Mio Fino	4x5=20	41x4=164	29x3=87	1x2=2	-	**273**
Tingkat Kenyamanan	3x5=15	35x4=140	34x3=102	3x2=6	-	**263**
Skor Total						**803**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Kesan Kualitas

$$= \frac{\text{Skor Total}}{5x3x75} x100\%$$

$$= \frac{803}{1125} x100\%$$

$$= 71.38\%$$

Tabel 4.16
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Tingkat Kriteria
20% - < 36%	Sangat Rendah
36% - < 52%	Rendah
52% - < 68%	Cukup Tinggi
68% - < 84%	Tinggi
84% - < 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer yang telah diolah

Maka bila dilihat dari tabel 4.15 di atas pernyataan terhadap Kesan Kualitas yang terdapat pada sepeda motor Merek Mio Fino dapat dikatakan

Tinggi, karena nilai persentase yang dimiliki dari keseluruhan jawaban pernyataan adalah sebesar 71.38% dan nilai tersebut berada diantara tingkat interval 68%-<84% dengan kriteria tinggi, yang menunjukan tanggapan responden terhadap Kesan Kualitas sepeda motor Merek Mio Fino selama ini dinilai Tinggi.

3. Asosiasi Merek

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Ke Unik Model Bentuk Sepeda Motor Mio Fino

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Unik	6	8.00%
Unik	37	49.30%
Cukup	28	37.40%
Tidak Unik	4	5.30%
Sangat Tidak Unik	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Bersdasarkan tabel 4.17 di atas, Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Ke Unik Model Bentuk Sepeda Motor Mio Fino dari 75 responden, 8.00% responden memilih sangat unik model Mio Fino, 49.30% responden memilih unik, lalu 37.40% responden memilih cukup unik, sedangkan sisanya 5.30% responden memilih model Mio Fino tidak unik.

Dengan demikian hal ini menunjukan bahwa responden mayoritas menyatakan sepeda motor merek Mio Fino unik, karena Mio Fino memiliki model yang berbeda dari yang lain. Maka sesuai dengan teori Aaker yang dikutip Humdian (2005:48), menunjukan bahwa merek sepeda Mio Fino dirasakan unik hal ini akan memberikan perbedan model bentuk dari produk sepeda motor yang lain.

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Gaya Hidup Yang Dirasakan Saat Menggunakan Sepeda Motor Mio Fino

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Mewah	-	-
Mewah	14	18.70%
Cukup	59	78.60%
Tidak Mewah	2	2.70%
Sangat Tidak Mewah	-	
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.18 di atas, Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Gaya Hidup Yang Dirasakan Saat Menggunakan Sepeda Motor Mio Fino dari 75 responden, 18.70% responden memilih mewah, 78.60% responden memilih cukup mewah dan sedangkan 2.70% responden memilih tidak mewah saat menggunakan sepeda motor merek Mio Fino.

Dengan demikian responden mayoritas banyak memilih cukup mewah yang dirasakan saat menggunakan sepeda motor merek Mio Fino karena sama saja dengan menggunakan sepeda motor yang lain. Maka sesuai dengan teori Aaker yang dikutip Humdian (2005:48), menunjukan bahwa tingkat gaya hidup yang dirasakan responden saat menggunakan sepeda motor Mio Fino cukup mewah hal ini dikarenakan sebuah merek bisa diilhami oleh para pelangganya denagn anaeka keperibadian dan karakteristik gaya hidup yang hamper sama.

Tabel 4.19
Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kemampuan Bersaing Dari Sepeda Motor Mio Fino

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Mampu	2	2.70%
Mampu	33	44.00%
Cukup	30	40.00%
Tidak Mampu	10	13.30%
Sangat Tidak Mampu	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kemampuan Bersaing Dari Sepeda Motor Mio Fino dari 75 responden, 2.70% responden memilih sangat mampu untuk bersaing, kemudian 44.00% responden memilih Mio Fino mampu untuk bersaing, kemudian 40.00% responden memilih Mio Fino cukup mampu untuk bersaing sedangkan sisanya 13.30% responden memilih tidak mampu untuk bersaing dengan pesaing sejenis.

Dengan demikian mayoritas responden memilih sepeda motor merek Mio Fino mampu bersaing dengan produk sejenis karena hal ini menunjukan bahwa merek sepeda motor Mio Fino dinilai memiliki kemampuan tinggi di dalam menyaingi produk pesaing. Maka sesuai dengan teori Aaker yang dikutip Humdian (2005:48), menunjukan bahwa sebuah merek yang baik atau yang terpercaya akan membawa merek tersebut mampu bersaing atau menyaingi produk yang lain.

Tabel 4.20
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Asosiasi Merek

Keterangan	Skor					Jumlah
	5	4	3	2	1	
Tingkat Ke Unik Model Bentuk Motor Mio Fino	6x5=30	37x4=148	28x3=84	4x2=8	-	**270**
Tingkat Gaya Hidup Yang Dirasakan	-	14x4=56	59x3=177	2x2=4	-	**237**
Tingkat Kemampuan Bersaing	2x5=10	33x4=132	30x3=90	10x2=20	-	**252**
Skor Total						**759**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Asosiasi Merek

$$= \frac{\text{Skor Total}}{5\text{x}3\text{x}75} x100\%$$

$$= \frac{759}{1125} x100\%$$

$$= 67.47\%$$

Tabel 4.21
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Tingkat Kriteria
20% - < 36%	Sangat Rendah
36% - < 52%	Rendah
52% - < 68%	Cukup Tinggi
68% - < 84%	Tinggi
84% - < 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer yang telah diolah

Maka bila dilihat dari tabel 4.20 di atas pernyataan terhadap Asosiasi Merek yang terdapat pada sepeda motor Merek Mio Fino dapat dikatakan Cukup

Tinggi, karena nilai persentase yang dimiliki dari keseluruhan jawaban pernyataan adalah sebesar 67.47% dan nilai tersebut berada diantara tingkat interval 52%- < 68% dengan kriteria cukup tinggi, yang menunjukan tanggapan responden terhadap Asosiasi Merek sepeda motor Merek Mio Fino selama ini dinilai hanya Cukup Tinggi.

4. Loyalitas Merek

Tabel 4.22
Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Menyukai Merek Sepeda Motor Mio Fino

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Suka	11	14.70%
Suka	47	62.60%
Cukup	17	22.70%
Tidak Suka	-	-
Sangat Tidak Suka	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.22 di atas, Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Menyukai Merek Sepeda Motor Mio Fino dari 75 responden, 14.70% responden menyatakan sangat suka dengan merek Mio Fino, kemudian 62.60% responden memilih menyukai dengan merek Mio Fino sedangkan sisanya 22.70% cukup untuk menyukai merek Mio Fino.

Dengan demikian responden banyak yang memilih rasa suka, karena hal ini menunjukan bahwa merek Mio Fino merek yang disukai oleh para responden. Maka sesuai dengan teori Freddy Rangkuti (2009:60), suatu merek yang sudah disukai oleh pelanggan atau pembeli ini akan memberikan tingkat loyalitas pada suatu produk akan menjadi tinggi.

Tabel 4.23
Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Bersedia Membeli Ulang Sepada Motor Mio Fino

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Bersedia	-	-
Bersedia	18	24.00%
Cukup	46	61.30%
Tidak Bersedia	11	14.70%
Sangat Tidak Bersedia	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Bersedia Membeli Ulang Sepada Motor Mio Fino dari 75 responden, 24.00% responden memilih bersedia untuk membeli ulang, kemudian 61.30% responden memilih cukup bersedia untuk melakukan pembelian ulang sepeda motor merek Mio fino sedangkan sisanya 14.70% responden menyatakan tidak bersedia untuk melalukan pembelian ulang sepeda motor Mio Fino.

Dengan demikian responden cukup bersediauntuk melakukan pembelian ulang sepeda motor merek Mio Fino, karena hal ini menunjukan tidak terlalu besarnya pelanggan untuk melakuka pembelian ulang terhadap sepeda motor merek Mio Fino. Maka sesuai dengan teori Freddy Rangkuti (2009:60), merek sepeda motor Mio Fino pada tingkatan ini menunjukan bahwa pelanggan memiliki sikat cukup tinggi untuk melakukan pembelian ulang sepeda motor Mio Fino.

Tabel 4.24
Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Bersedia Merekomendasikan Kepada Orang Lain Atas Sepeda Motor Mio Fino

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Bersedia	1	1.30%
Bersedia	24	32.00%
Cukup	46	61.40%
Tidak Bersedia	4	5.30%
Sangat Tidak Bersedia	-	-
Jumlah	**75**	**100%**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Bersedia Merekomendasikan Kepada Orang Lain Atas Sepeda Motor Mio Fino dari 75 responden, 1.30% responden sangat bersedia untuk merekomendasikan sepeda motor Merek Mio Fino kepad orang lain, 32.00% responden memilih bersedia untuk merekomendasikannya, kemudian 61.40% responden memilih cukup bersedia untuk merekomendasikan sepeda motor merek Mio fino, sedangkan sisanya 5.30% responden menyatakan tidak bersedia untuk merekomendasikan sepeda motor Mio Fino kepada orang lain.

Dengan demikian responden bersedia merekomendasikan sepeda motor merek Mio Fino kepada orang lain, karena sepeda motor Mio Fino memiliki keunggulan tersendiri. Maka sesuai dengan teori Freddy Rangkuti (2009:60), merek sepeda motor Mio Fino pada tingkatan *Committed Buyer* menunjukan bahwa pelanggan memiliki sikat tinggi untuk merekomendasikan sepeda motor Mio Fino kepada orang lain.

Tabel 4.25
Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Merek

Keterangan	Skor					Jumlah
	5	4	3	2	1	
Tingkat Menyukai Merek Motor Mio Fino	11x5=55	47x4=188	17x3=51	-	-	**294**
Tingkat Bersedia Membeli Ulang	-	18x4=72	46x3=138	11x2=22	-	**232**
Tingkat Bersedia Merekomendasikan	1x5=5	24x4=96	46x3=138	4x2=8	-	**247**
Skor Total						**773**

Sumber: Data primer yang telah diolah

Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Merek

$$= \frac{\text{Skor Total}}{5\text{x}3\text{x}75} x100\%$$

$$= \frac{773}{1125} x100\%$$

$$= 68.71\%$$

Tabel 4.26
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Tingkat Kriteria
20% - < 36%	Sangat Rendah
36% - < 52%	Rendah
52% - < 68%	Cukup Tinggi
68% - < 84%	Tinggi
84% - < 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer yang telah diolah

Maka bila dilihat dari tabel 4.25 di atas pernyataan terhadap Loyalitas Merek yang terdapat pada sepeda motor Merek Mio Fino dapat dikatakan Tinggi, karena nilai persentase yang dimiliki dari keseluruhan jawaban pernyataan adalah

sebesar 68.71% dan nilai tersebut berada diantara tingkat interval 68% - <84% dengan kriteria tinggi, yang menunjukan tanggapan responden terhadap Loyalitas Merek sepeda motor Merek Mio Fino selama ini dinilai Tinggi.

Tabel 4.27
Skor Tanggapan Responden Terhadap Ekuitas Merek Motor Mio Fino

No	Indikator	Skor	Persentase(%)
1	Kesadaran Merek	869	77.24%
2	Kesan Kualitas	803	71.38%
3	Asosiasi Merek	759	67.47%
4	Loyalitas Merek	773	68.71%
Total		**3.204**	**284.8%**

Tabel 4.28
Skor Tanggapan Responden Terhadap Ekuitas Merek

Skor	Skor Dalam (%)
3.204	$\frac{3.204}{5x\ 12x75} x100\%$= 71.20%

Skor tanggapan responden terhadap ekuitas merek secara keseluruhan sebesar 71.20%. Maka katagori untuk skor tanggapan responden terhadap ekuitas merek dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.29
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Tingkat Kriteria
20% - < 36%	Sangat Rendah
36% - < 52%	Rendah
52% - < 68%	Cukup Tinggi
68% - < 84%	Tinggi
84% - < 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer yang telah diolah

Maka dilihat dari tabel 4.28, didapat nilai keseluruhan dari tanggapan responden menggenai ekuitas merek yaitu sebesar 3.204 atau sebesar 71.20%

yang berada diantara interval 68%-<84% dengan kriteria Tinggi. Hal ini menunjukan bahwa ekuitas yang tertanam pada benak responden Berlian Pasteur Bandung menilai sepeda motor Mio Fino sudah tinggi.

Hasil tersebut menunjukan tanggapan responden terhadap ekuitas merek sepeda motor Mio Fino dinilai tinggi. Sehingga *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur perlu mempertahankan apa yang telah dinilai positif oleh responden serta mengingatkan kembali pelaksanaan yang dinilai belum baik, sehingga dapat dijadikan motivasi agar lebih baik lagi.