BAB IV
PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Guna menunjang kebutuhan serta kepuasan pelanggan sepeda motor Honda, saat PT Astra Honda Motor di dukung oleh 1.800 showroom penjualan, 3.600 layanan service atau bengkel AHASS (Astra Honda Authorized Service Station), serta 7.400 gerai suku cadang, yang siap melayani jutaan penggunaan sepeda motor Honda di seluruh Indonesia. Industri sepeda motor saat ini merupakan suatu industri yang besar di Indonesia. Karyawan PT Astra Honda Motor saja saat ini berjumlah sekitar 18.000 orang, ditambah ratusan.

4.1.1 Sejarah Singkat AHASS Putra Jaya Bandung

Awalnya bengkel khusus motor HONDA yang disebut sebagai AHASS (AstraHonda Authorized Service Station) AHASS Putra Jaya didirikan pada 1 September 2016 dimiliki oleh Ferdianto Samantha, yang beralamat pada Jl. Ir. H. Djuanda no. 333, Dago, Coblong, Bandung ini ditujukan untuk memenuhi dan melayani para pengguna motor honda yang berada di daerah tersebut, berupa pelayanan service dan pembelian alat-alat motor merek Honda.

4.1.2 Visi dan Misi

4.1.2.1 Visi

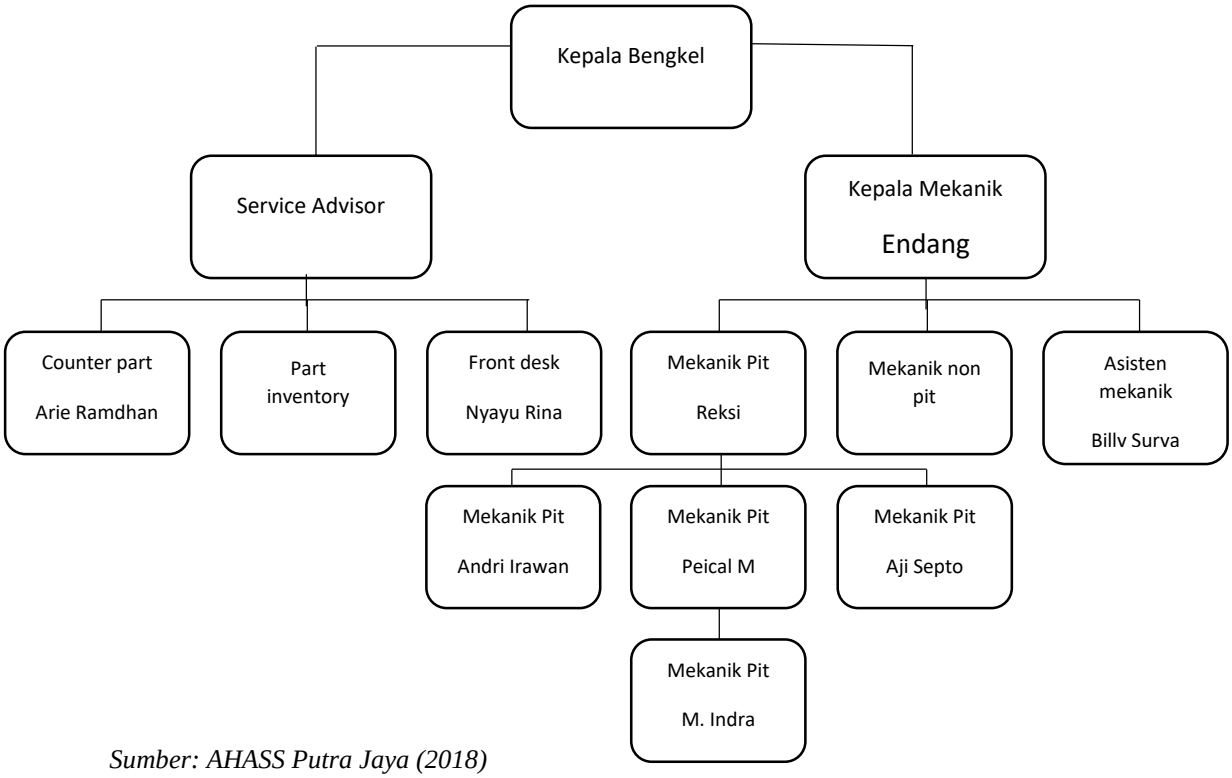
Selalu berupaya meningkatkan kualitas pelayanan agar menjadi bengkel kebanggaan bagi pengguna sepeda motor Honda dan menjadi bengkel percontohan di seluruh Indonesia

4.1.2.2 Misi

Memberikan kedekatan pelayanan, membangun kenyamanan pelayanan, dan memaksimalkan dalam memenuhi kebutuhan konsumen

4.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan komponen-komponen atau unit-unit kerja dalam sebuah organisasi. Struktur organisasi menunjukan bahwa adanya pembagian kerja dan bagaimana fungsi atau kegiatan-kegiatan berbeda yang dikoordinasikan. Untuk lebih jelasnya tentang struktur organisasi AHASS Putra Jaya dijelaskan seperti dibawah ini:



Sumber: AHASS Putra Jaya (2018)

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Ahass Putra Jaya

4.1.3.1 Uraian Tugas *(Job Description)*

- **Kepala Bengkel**
  - Mengelola seluruh kegiatan bengkel dalam rangka meningkatkan mutu dan kecepatan pelayanan melalui SOP yang berlaku serta mengiformasikan kompetensi jajaran personel bengkel dalam usaha pencapaian target untuk meningkatkan produktifitas dan pencapaian performance bengkel serta kepuasan pelanggan.
  - Membuat perencanaan dan memastikan pencapaian *revenue workshop, unit entry* sesuai dengan yang ditetapkan.
  - Menjaga dan meningkatkan mutu pelayanan bengkel.

- Mengontrol stok gudang bengkel (*parts*) sesuai dengan target *service rate*.
- Pembinaan dan pengembangan personel bengkel.
- Mengevaluasi pelaksanaan system dan prosedur bengkel.
- Memantau pengelolaan limbah padat, cair dan gas di bengkel.

- ***Service Advisor***
  - Bertanggung jawab melayani kebutuhan pelanggan yang datang dan keluar bengkel dengan mendengarkan menganalisa dan menjelaskan tentang kerusakan kendaraan, membuat PKB dan estimasi waktu serta biaya untuk mencapai kepuasan pelanggan, serta menjaga kerapian data-data kendaraan pelanggan.
  - Melayani pelanggan, yaitu menganalisa kerusakan dan memeriksa kendaraan, serta menjelaskan hasil pemeriksaan pada pelanggan.
  - Memasukan data keluhan pelanggan mengenai kondisi kendaraan pelanggan ke komputer.
  - Membuat perintah kerja bengkel (PKB).
  - Membuat penawaran dari pekerjaan perbaikan kendaraan atau estimasi biaya dan waktu perbaikan pada pelanggan.
  - Memeriksa kendaraan yang telah diperbaiki.
  - Melakukan *test drive* dan memeriksa keberadaan *parts* bekas didalam kendaraan.
  - Mengingatkan pelanggan untuk melakukan perwatan berkala berikutnya pada saat selesai perawatan.

- **Kepala Mekanik**
  - Menganalisa PKB dari *service advisor* untuk mendistribusikan pekerjaan kepada mekanik
  - Mengawasi kerja mekanik sesuai PKB dan flate rate yang ditetapkan.
  - Membantu menyelesaikan persoalan yang dihadapi mekanik, dengan menjelaskan cara *" Trouble Shooting ".*
  - Mendukung mekanik dalam penyedian suku cadang dan penyediaan tools.
  - Membuat laporan berkala mengenai job return, problem yang dihadapi untuk diserahkan pada atasan.
  - Memeriksa hasil kerja mekanik sesuai dengan PKB.
  - Menjelaskan pada pelanggan tentang kondisi kendaraan yang sedang diperbaiki.
  - Melakukan *test drive* terhadap kendaran yang telah selesai diperbaiki.
- ***Counter Part***
  - Menerima telepon atau panggilan dari Pelanggan untuk melakukan servis kendaraan.
  - Melakukan pencatatan data Pelanggan dan keluhan yang ada pada Sistem.
  - Mendistribusikan pekerjaan kepada mekanik THS melalui radio panggil/alat komunikasi.
  - Membantu menyelesaikan persoalan yang dihadapi mekanik THS, dengan menjelaskan cara " *Trouble Shooting* ".

- Mendukung mekanik THS dalam penyedian suku cadang dan penyediaan tools.
- Membuat laporan berkala mengenai *job return*, masalah yang dihadapi, untuk diserahkan pada atasan.
- Memeriksa hasil kerja mekanik sesuai dengan Perintah Kerja Bengkel (PKB) via *follow up* ke Pelanggan.
- Mengecek ulang notifikasi untuk memastikan pekerjaan.
- Memperbaharui notifikasi untuk memonitor pekerjaan.
- Mengecek ulang *Service Order*.
- Melakukan pencatatan Penagihan Dan Pembayaran pada Sistem.
- Mencetak Faktur yang akan dikirim oleh mekanik.
- Melakukan pengumpulan kepada pelanggan lewat telepon dan "*follow up*"
- Mengatur mekanik THS.
- Monitoring performance THS yang dikelola (*Unit Entry*, *Revenue*, Jumlah Mekanik THS).
- Menerima pembayaran dari mekanik THS sesuai dengan laporan.
- Menyerahkan hasil pembayaran ke kasir.

- ***Part Inventory***
  - Menjaga ketersediaan bahan, material dan oli yang dibutuhkan mekanik.
  - Memberikan bahan, material dan lain-lain kepada mekanik sesuai dengan permintaan yang tertulis di Perintah Kerja Bengkel (PKB).

- Membuat permintaan pembelian bahan dan lain-lain yang dibutuhkan bengkel.
- Menerima kiriman bahan dan lain-lain dari *supplier* dan menyimpannya di gudang bahan.
- Memproses Order Pembelian Bahan (OPB), Surat Penerimaan Gudang (SPG) dan Bukti Pencatatan Hutang (BPH).
- Membuat *Memo Expenses* untuk bahan yang dipakai bengkel.
- Memelihara dan menjaga kebersihan tempat dan area kerja (5R)

- ***Front Desk***
  - Menerima PKB yang telah selesai diproses oleh bengkel.
  - Melakukan pekerjaan *Billing* dan *Invoice* dari PKB yang telah dinyatakan selesai oleh *Service Advisor*.
  - Membuat registrasi Kuitansi Manual THS.
  - Mendistribusikan Kuitansi THS yang selesai (asli/sistem) kepada pelanggan sebagai pengganti Kuitansi Manual THS.
  - Melakukan monitoring terhadap PKB yang belum selesai (WIP).
  - Membuat dan mengembangkan *Filing System* dan regristrasi copy kuitansi, OPL, dan lain-lain.
  - Membuat laporan mingguan dan bulanan WIP, Faktur Pajak, Memo Pembebanan dan lain-lain.
  - Memelihara dan menjaga kebersihan tempat dan area kerja (5R).
- **Mekanik**

- Mengerjakan perbaikan / perawatan kendaraan sesuai perintah yang ada pada PKB, sesuai dengan standar pengerjaan dan standar K3 yang berlaku.
- Mencatat pekerjaan yang dilakukan di kolom PKB dan mencatat waktu kerja (waktu mulai dan waktu penyelesaian pekerjaan) pada kertas kerja atau Check sheet yang berlaku untuk menentukan *flate rate*.
- Menginformasikan kerusakan yang ditemukan diluar PKB pada Foreman / Karu untuk ditindak lanjuti.
- Memeriksa ulang hasil kerjanya dan menyerahkan PKB yang telah diisi kepada Kepala Regu / Foreman untuk diperiksa.
- Memelihara (menjaga kebersihan dan kelengkapan) peralatan kerja, menjaga kerapian dan kebersihan tempat kerjanya.

4.2 Pembahasan Penelitian

Hasil pengolahan data dan pembahasan dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden sebagai sumber data utama. Kuesioner disebarkan kepada 70 orang responden yang memelihara motornya di AHASS Putra Jaya Bandung. Kuesioner ini terdiri dari 20 item pernyataan yang diuraikan berdasarkan variabel yang akan diteliti yaitu pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Loyalitas Pelanggan.

4.2.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan kepada 70 orang responden pengguna sepeda motor Honda Scoopy yang berada pada AHASS Putra Jaya Bandung, penulis memperoleh data karakteristik yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pendapatan perbulan dengan uraian sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	%
1	Laki-Laki	50	71,43
2	Perempuan	20	28,57
Total		70	100

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan distribusi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari hasil penelitian diketahui bahwa sebagian besar responden yang diteliti sebanyak 71,43% berjenis kelamin laki-laki, sedangkan 28,57% lainnya berjenis kelamin perempuan. Dilihat dari tabel diatas bahwa pengguna sepeda motor Honda Scoopy adalah laki-laki.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Honda www.hondacengkareng.com **(2014)** berdasarkan penjualan sepeda motor matic scoopy bahwa 58% pria memilih menggunakan sepeda motor matic scoopy dan 42% wanita memilih menggunakan sepeda motor matic scoopy hal ini dikarenakan jenis sepeda motor matic masih mendominasi kebutuhan konsumen karena jenis motor ini dianggap lebih nyaman untuk berkendara sehari-hari.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	%
1	< 20 tahun	5	7,14
2	20 - 30 tahun	45	64,29
3	31 - 40 tahun	17	24,29
4	41 - 50 tahun	3	4,29
5	> 50 tahun	0	0,00
Total		70	100

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan distribusi karakteristik responden berdasarkan usia. Dari hasil penelitian diketahui bahwa sebagian besar responden yang diteliti sebanyak 64,29% berusia sekitar 20 – 30 tahun, frekuensi terbanyak kedua sebanyak 24,29% berusia sekitar 31 – 40 tahun, sebanyak 7,14% responden berusia sekitar < 20 tahun dan 4,29% lainnya berusia sekitar 41 – 50 tahun.

Dari hasil tabel diatas bahwa pengguna sepeda motor Honda Scoopy adalah berumur 20 – 30 tahun menurut yang dikemukakan oleh **Vinesia Kenanga** *Corporate Secretary Head* PT MPM dalam www.jawapos.com **(2017)** bahwa anak muda sangat berpengaruh terhadap pembelian sepeda motor.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	%
1	SLTP	0	0,00
2	SLTA	38	54,29
3	Diploma	7	10,00
4	S1	25	35.71
5	S2	0	0,00
6	Lainnya	0	0,00
Total		70	100

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Dari hasil penelitian diketahui bahwa sebagian besar responden yang diteliti sebanyak 54,29% merupakan lulusan SLTA, frekuensi terbanyak kedua sebanyak 35,71% responden merupakan lulusan S1 dan 10% responden lainnya merupakan lulusan program Diploma. Dapat dilihat bahwa mayoritas pengguna sepeda motor Honda scoopy berpendidikan terakhir SLTA dan S1.

Menurut **Mubarak (2007:30)** Pendidikan berarti bimbingan yang diberikan seseorang kepada orang lain terhadap suatu hal agar mereka dapat memahami. Tidak dapat dipungkiri bahwa makin tinggi pendidikan seseorang semakin mudah pula mereka menerima informasi, dan pada akhirnya makin banyak pula pengetahuan yang dimilikinya. Sebaliknya, jika seseorang tingkat pendidikannya rendah, akan menghambat perkembangan sikap seseorang terhadap penerimaan informasi dan nilai nilai baru diperkenalkan.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

No	Pendapatan Perbulan	Frekuensi	%
1	< 500 ribu	0	0,00
2	500 - 1 juta	10	14,29
3	1 - 3 juta	53	75,71
4	3 - 5 juta	5	7,14
5	> 5 juta	2	2,86
Total		70	100

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari hasil penelitian diketahui bahwa sebagian besar responden yang diteliti sebanyak 75,71% responden memiliki penghasilan setiap bulannya sekitar 1 – 3 juta, sebanyak 14,29% responden memiliki penghasilan setiap bulan sekitar 500 ribu – 1 juta, sebanyak 7,14% responden memiliki penghasilan sekitar 3 – 5 juta dan 2,86% responden lainnya memiliki penghasilan sekitar > 5 juta.

Dari tabel diatas dapat lihat bahwa mayoritas pengguna sepeda motor Honda Scoopy adalah mereka yang berpenghasilan 1 – 3 juta perbulan. Menurut **John J. Wild (2003:311)** Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula.

4.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk melihat gambaran hasil penelitian mengenai kualitas produk, layanan purna jual dan loyalitas pelanggan. Untuk

melihat melihat jawaban atau penilaian responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, maka dilakukan analisis deskriptif dengan pendekatan distribusi frekuensi dan persentase, sedangkan untuk melihat penilaian responden terhadap setiap variabel yang diteliti dapat dilihat dari nilai prosentase dari hasil skor aktual dan ideal yang diperoleh. Adapun untuk keperluan analisis distribusi jawaban responden disajikan dalam bentuk garis kontinum. Agar lebih mudah dalam menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap persentase skor tanggapan responden yang diperoleh dengan dengan menggunakan kriteria menurut *Umi Narimawati* (2007:84) sebagai berikut:

Tabel 4.5
Kriteria Persentase Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20 – 36%	Tidak Baik
2	36,01 – 52,00%	Kurang Baik
3	52,01 – 68,00%	Cukup Baik
4	68,01 – 84,00%	Baik
5	84,01% - 100%	Sangat Baik

Sumber: Umi Narimawati (2007:84)

4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk

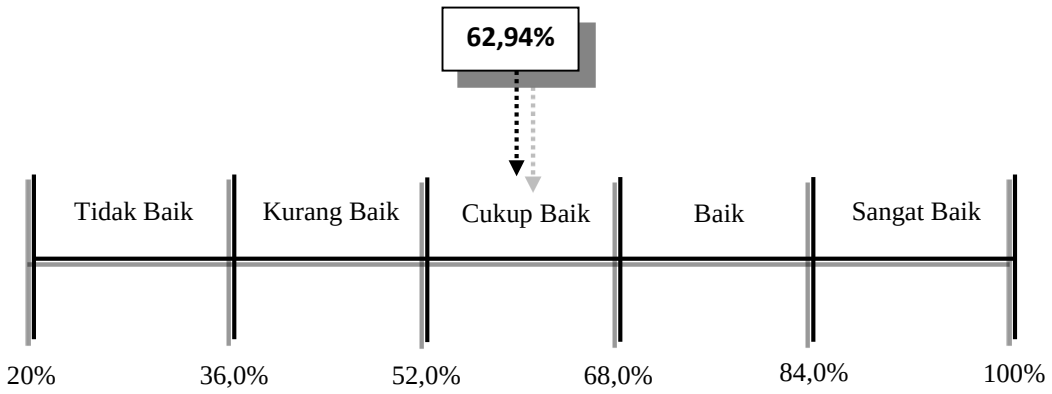
Variabel kualitas produk diukur dengan menggunakan tujuh indikator yang dioperasionalisasikan kedalam 10 item pernyataan yang relevan. Untuk mengetahui gambaran kualitas produk secara menyeluruh, berikut disajikan rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai kualitas produk.

Tabel 4.6
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Kinerja	450	700	64,29	Cukup Baik
2	Keistimewaan Tambahan	213	350	60,86	Cukup Baik
3	Kehandalan	397	700	56,71	Cukup Baik
4	Daya tahan	215	350	61,43	Cukup Baik
5	Kesesuaian dengan spesifikasi	214	350	61,14	Cukup Baik
6	Estetika	476	700	68,00	Cukup Baik
7	Kesan Kualitas	238	350	68,00	Cukup Baik
Total		**2203**	**3500**	**62,94**	Cukup Baik

Sumber: Hasil pengolahan data 2018

Tabel 4.8 menjelaskan rekapitulasi tanggapan responden mengenai kualitas produk. Berdasarkan hasil tersebut terlihat bahwa nilai persentase tertinggi diperoleh sebesar 68% berkenaan dengan indikator estetika dan kesan kualitas, sedangkan nilai persentase terkecil diperoleh sebesar 56,71% berkenaan dengan indikator kehandalan. Secara keseluruhan dari tabel tersebut terlihat bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 62,94% dan terkategorikan cukup baik. Sehingga dapat diambil keismpulan bahwa kualitas produk sepeda motor Honda Scoopy dinilai cukup baik. Jika disajikan dalam bentuk gambar garis kontinum, nilai persentase skor tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2
Garis Kontinum Kualitas Produk

Agar lebih jelas, maka peneliti menyajikan tanggapan-tanggapan responden mengenai kualitas produk berdasarkan masing-masing indikator dengan uraian-uraian sebagai berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kinerja

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
1	Sepeda Motor Honda Scoopy dapat memberikan kenyamanan berkendara secara maksimal	**f**	0	21	28	21	0	**210**	**350**	**60,00**
		%	0	30	40	30	0			
2	Sepeda Motor Honda Scoopy irit dalam pemakaian bahan bakar	**f**	4	25	38	3	0	**240**	**350**	**68,57**
		%	5,7	35,71	54,29	4,286	0			
Total Akumulasi								**450**	**700**	**64,29**

Sumber: Hasil pengolahan data 2018

Tabel di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai kinerja. Dari hasil penelitian diketahui nilai persentase yang diperoleh indikator kinerja sebesar 64,29%. Nilai persentase sebesar 64,29% menurut kriteria yang dikemukakan **Umi Narimawati (2007:84)** tergolong

cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa sepeda motor Honda Scoopy memiliki kinerja yang cukup baik.

Dari hasil pernyataan diatas bahwa mayoritas 28 responden menjawab cukup baik dan minoritas 0 responden menjawab tidak baik, kenyamanan yang diberikan motor Honda Scoopy memiliki kinerja yang cukup baik, hal ini disebabkan kenyamanan berkendara sepeda motor terdapat pada *handling* kemudi motor yang memungkinkan pengendara jika berkendara jarak jauh (*touring*) dalam waktu yang lama mengalami pegal tangan dan *shockbreaker* belakang yang digunakan terlalu empuk sehinggan mengurangi kenyamanan pengendara.

Menurut **Cormick dan Ernest** dalam **Zabdi (2016:32)** menegaskan dalam membentuk kenyamanan sebuah produk atau rancangan, perhatian pada faktor manusia (human factor) berperan penting dalam mencipta desain yang memiliki ergonomi yang baik, yang nantinya menciptakan kenyamanan bagi penggunanya.

Dari pemakaian bahan bakar mayoritas 25 responden menjawab baik dan 28 responden menjawab cukup baik sedangkan minoritas 3 responden menjawab kurang baik, responden menilai pemakaian bahan bakar Honda Scoopy cukup irit dibandingkan dengan sepeda motor merek lainnya hal ini dikarenakan sepeda motor Honda Scoopy dapat menempuh pemakaian bahan bakar 61,9 Km/L.

Menurut www.hondacengkareng.com **(2016)** Penggunaan bahan bakar yang tepat dapat menambah usia motor, membuat tarikan motor lebih ringan dan membuat mesin motor lebih awet.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Mengenai Keistimewaan Motor

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
3	Fitur Lampu LED menjadi daya Tarik tersendiri dari motor Honda Scoopy	f	0	20	33	17	0	213	350	60,86
		%	0	28,57	47,14	24,29	0			
Total Akumulasi								213	350	60,86

Sumber: Hasil pengolahan data 2018

Tabel di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai keistimewaan tambahan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 60,86%. Nilai persentase sebesar 60,86% menurut kriteria yang dikemukakan **Umi Narimawati (2007:84)** tergolong cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa fitur lampu LED cukup memiliki daya tarik tersendiri.

Mayoritas 33 responden menjawab cukup baik dan minoritas 0 responden menjawab tidak baik, Hal ini dikarenakan fitur lampu LED memberikan kemudahan berkendara pada saat malam hari yang membuat lampu sepeda motor Honda Scoopy berbeda dengan lampu sepeda motor Honda lainnya atau motor merek lain.

Menurut **Lupiyoadi (2013:214)** dalam **Mukti (2015:95)** Fitur (Keistimewaan tambahan) yaitu aspek kedua dari performansi yang berguna

untuk menambah fungsi dasar atau pelengkap yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Mengenai Kehandalan

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
4	Sepeda motor honda scoopy dapat bermanuver dengan baik di segala kondisi jalan	f	0	25	30	15	0	220	350	62,86
		%	0	35,71	42,86	21,43	0			
5	Banyak komponen yang digunakan sepeda motor Honda Scoopy dapat bertahan lama/tidak gampang rusak	f	0	6	25	39	0	177	350	50,57
		%	0,0	8,571	35,71	55,71	0			
Total Akumulasi								397	700	56,71

Sumber: Hasil pengolahan data 2018

Tabel di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai kehandalan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh kehandalan sebesar 56,71%. Nilai persentase sebesar 56,71% menurut kriteria yang dikemukakan **Umi Narimawati (2007:84)** tergolong cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa sepeda motor Honda Scoopy memiliki kehandalan yang cukup baik.

Mayoritas 30 responden menjawab cukup baik dan minoritas 0 responden menjawab tidak baik, responden menilai dalam bermanuver di segala kondisi jalan macet maupun jalan berlubang sepeda motor Honda scoopy adalah sepeda motor yang cukup lincah dan flexible.

Menurut www.hondacengkareng.com **(2016)** bahwa pengendara yang melewati kondisi jalan macet akan mengkonsumsi bbm lebih banyak dibandingkan pengendara yang melewati jalan lancar, hal ini disebabkan oleh

pembukaan dan penutupan *throttle* lebih banyak pada jalan macet dibandingkan lancar.

komponen yang digunakan sepeda motor tergolong cukup baik, mayoritas 39 responden menjawab tidak baik dan 25 responden menjawab cukup baik, karena menurut responden *vanbelt cvt* yang digunakan sepeda motor Honda scoopy cepat mengalami kehausan dibandingkan dengan sepeda motor lain.

Menurut **Helianty** dan **Iskandar (2007:10)** peningkatan kehandalan terhadap komponen produk dapat meningkatkan realibilitas produk secara keseluruhan.

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
6	Sepeda motor Honda Scoopy dapat digunakan lebih dari 5 tahun	**f**	0	22	31	17	0	**215**	**350**	**61,43**
		%	0	31,43	44,29	24,29	0			
Total Akumulasi								**215**	**350**	**61,43**

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan disribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai daya tahan produk. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 61,43%. Nilai persentase sebesr 61,43% menurut kriteria yang dikemukakan Umi Narimawati (2007:84) tergolong cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa sepeda motor Honda Scoopy memiliki daya tahan yang cukup baik

Hal ini dapat dilihat mayoritas 31 responden menjawab cukup baik dan minoritas 0 responden menjawab tidak baik, responden menilai sepeda motor Honda Scoopy memiliki umur ekonomis dapat digunakan dalam waktu lebih dari 5 tahun.

Menurut **Lupiyoadi (2013:214)** dalam **Mukti (2015:95)** Daya tahan yaitu suatu refleksi umur ekonomis, berkaitan dengan daya tahan atau berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian dengan Spesifikasi

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
7	Sepeda motor Honda Scoopy sudah sesuai dengan standard yang ditawarkan	**f**	0	22	30	18	0	**214**	**350**	**61,14**
		%	0	31,43	42,86	25,71	0			
Total Akumulasi								**214**	**350**	**61,14**

Sumber: hasil pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan distrbusi tanggapan-tanggapan responden mengenai indikator kesesuaian dengan spesifikasi. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 61,14%. Nilai persentase sebesar 61,14% menurut kriteria yang dikemukakan **Umi Narimawati (2007:84)** tergolong cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa sepeda motor Honda Scoopy cukup sesuai dengan standar yang ditawarkan.

Hal ini dapat dilihat mayoritas 30 responden menjawab cukup baik dan minoritas 0 responden menjawab tidak baik, Responden menilai bahwa

spesifikasi dari pemakaian bahan bakar/km, berat motor dan spesifikasi mesin sudah sesuai dengan standar yang ditawarkan.

Menurut **Lupiyoadi (2013:214)** dalam **Mukti (2015:95) (**kesesuaian karakteristik operasi produk-produk dengan spesifikasi tertentu atau tidak ada cacat produk), hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan atau memenuhi standar sesuai dengan ketentuan yang ada.

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Mengenai Estetika

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
8	Sepeda motor Honda Scoopy memiliki bentuk fisik yang menarik perhatian	f	8	32	30	0	0	258	350	73,71
		%	11,43	45,71	42,86	0	0			
9	Pemilihan warna sepeda motor Honda Scoopy inovatif	f	0	25	28	17	0	218	350	62,29
		%	0,0	35,71	40	24,29	0			
Total Akumulasi								**476**	**700**	**68,00**

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai estetika. Dari hasil penelitian diketahui nilai persentase yang diperoleh sebesar 68%. Nilai persentase sebesar 68% menurut kriteria yang dikemukakan **Umi Narimawati (2007:84)** tergolong cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa sepeda motor Honda Scoopy memiliki estetika yang cukup baik.

Mayoritas 32 responden menjawab baik dan 30 responden menjawab cukup baik sedangkan minoritas 0 responden menjawab kurang baik dan tidak baik, model bentuk fisik dari sepeda motor Honda Scoopy yang bertemakan

retro menjadi daya Tarik tersendiri yang menjadi bagian dari diri pengguna sepeda motor bergaya *retro*.

Menurut **Kotler (2007:385)** Bentuk (*form)* digunakan untuk melakukan diferensiasi produk berdasarkan ukuran, model, atau struktur fisik produk

Pilihan warna yang ditawarkan Honda scoopy cukup baik hal ini dapat dilihat mayoritas 30 responden menjawab cukup baik dan 25 responden menjawab baik minoritas 0 responden menjawab tidak baik dan 17 responden menjawab kurang baik, menurut penilaian responden Honda Scoopy menawarkan varian warna yang variatif.

Menurut **Syun Yin Lam (2001:190)** dalam penelitiannya mengemukakan bahwa ***"****people in different cultures prefer particular colors because of the meaning that they attach to these colors"* orang-orang yang berada pada dalam budaya yang berbeda lebih memilih warna-warna tertentu karena arti dari warna tersebut yang melekat pada diri mereka.

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Mengenai Kesan Kualitas

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
10	Sepeda motor Honda Scoopy mempunyai citra produk yang baik	**f**	0	34	30	6	0	**238**	**350**	**68,00**
		%	0	48,57	42,86	8,571	0			
Total Akumulasi								**238**	**350**	**68,00**

Sumber: Hasil Pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan distribusi tanggapan responden mengenai kesan kualitas. Dari hasil penelitian diketahui nilai persentase yang diperoleh sebesar 68%. Nilai persentase sebesar 68% menurut kriteria yang dikemukakan

Umi Narimawati (2007:84) tergolong cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa sepeda motor Honda Scoopy memiliki citra produk yang cukup baik yang mempresepsikan kesan kualitas yang baik.

Hal ini dapat dilihat mayoritas 34 responden menjawab baik dan 30 responden menjawab cukup baik sedangkan minoritas 6 responden menjawab kurang baik dan 0 responden menjawab tidak baik, Responden menilai bahwa sepeda motor Honda scoopy mempunyai citra yang baik karena identik dengan ciri khas anak muda.

Menurut **Kotler & Keller (2008:272)** mendefinisikan citra merek sebagai *"The perceptions and beliefs held by consumers, as reflected in the associations held in consumer memory."* persepsi dan kepercayaan yang dipegang oleh konsumen, yang tercermin atau melekat dalam benak dan memori dari seorang konsumen sendiri. Persepsi ini dapat terbentuk dari informasi atau pengalaman masa lalu konsumen terhadap merek tersebut.

4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Layanan Purna Jual

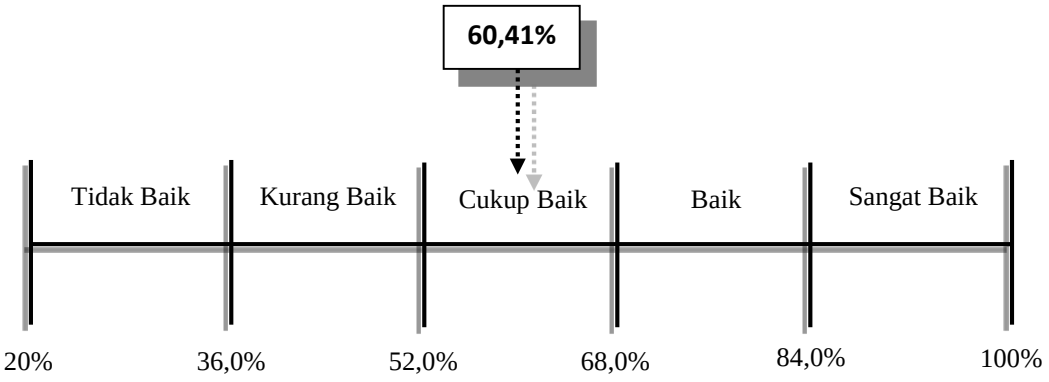
Variabel layanan purna jual diukur dengan menggunakan empat indikator yang dioperasionalisasikan kedalam 7 item pernyataan yang relevan. Untuk mengetahui gambaran layanan purna jual secara menyeluruh, berikut disajikan rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai layanan purna jual.

Tabel 4.14
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Layanan Purna Jual

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Garansi	187	350	53,43	Cukup Baik
2	Penyediaan aksesoris	427	700	61,00	Cukup Baik
3	Pemeliharaan dan perbaikan	419	700	59,86	Cukup Baik
4	Fasilitas dan perlengkapan	447	700	63,86	Cukup Baik
Total		**1480**	**2450**	**60,41**	Cukup Baik

Sumber: Hasil Pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan rekapitulasi tanggapan responden mengenai layanan purna jual. Berdasarkan hasi tersebut terlihat bahwa nilai persentase tertinggi sebesar 61% berkenaan dengan indikator penyediaan aksesori, sedangkan nilai persentase terendah diperoleh sebesar 53,43% berkenaan dengan indikator garansi. Secara keseluruhan, nilai persentase yang diperoleh layanan purna jual sebesar 60,41% dan terkategorikan cukup baik. Sehingga dapat diambil keismpulan bahwa layanan purna jual sepeda motor Honda Scoopy dinilai cukup baik. Jika disajikan dalam bentuk gambar garis kontinum, nilai persentase skor tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 4.3
Garis Kontinum Layanan Purna Jual

Agar lebih jelas, maka peneliti menyajikan tanggapan-tanggapan responden mengenai layanan purna jual berdasarkan masing-masing indikator dengan uraian-uraian sebagai berikut:

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Mengenai Garansi

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
11	Jangka waktu garansi sesudah perbaikan (satu minggu) sudah dalam jangka waktu yang sesuai	**f**	0	10	29	29	2	**187**	**350**	**53,43**
		%	0	14,29	41,43	41,43	2,857			
Total Akumulasi								**187**	**350**	**53,43**

Sumber: Hasil Pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai garansi. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 53,43%. Nilai persentase sebesar 53,43% menurut kriteria yang dikemukakan **Umi Narimawati (2007:84)** tergolong cukup baik.

Hal ini dapat dilihat mayoritas 29 responden menjawab cukup baik dan tidak baik dan minoritas 2 responden menjawab kurang baik dan 10 responden menjawab baik, Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa waktu garansi setelah perbaikan dinilai cukup baik, responden menilai waktu garansi yang diberikan pada waktu sesudah perbaikan belum cukup lama.

Menurut **Kotler (2012)** dalam **Yesi Elsandra dan Suryadi (2016:189)** Garansi ditunjukan untuk meyakinkan konsumen bahwa produk dalam keadaan baik atau bebas dari kerusakan, akibat dari ketidaktelitian pengarjaan atau

penggunaan material yang kurang baik yang berlaku untuk jangka waktu tertentu.

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Mengenai Penyediaan Aksesoris

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
12	Penyediaan suku cadang sepeda motor selalu tersedia	f	0	22	30	18	0	214	350	61,14
		%	0	31,43	42,86	25,71	0			
13	Spare parts yang digunakan sepeda motor Honda Scoopy dapat bertahan lama/tidak gampang rusak	f	0	22	29	19	0	213	350	60,86
		%	0,0	31,43	41,43	27,14	0			
Total Akumulasi								427	700	61,00

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai penyediaan aksesoris. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 61%. Nilai persentase sebesar 61% menurut kriteria yang dikemukakan **Umi Narimawati (2007:84)** tergolong cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa penyediaan suku cadang Sepeda Motor Honda Scoopy cukup sesuai dengan permintaan pengguna.

Mayoritas 30 responden manjawab penyediaan suku cadang cukup baik dan minoritas 0 responden menjawab tidak baik, Responden menilai bahwa suku cadang yang digunakan oleh Ahass Putra Jaya cukup sesuai dengan permintaan pelanggan.

Menurut **Kotler (2012)** dalam **Yesi Elsandra dan Suryadi (2016:189)** Dalam pelaksanaan layanan purna jual, penyediaan suku cadang merupakan hal yang sangat penting, sebab tanpa adanya suku cadang produk

yang sudah rusak komponennya tidak dapat berfungsi dengan baik, bahkan produk tersebut tidak dapat dipakai lagi.

Spare parts dapat bertahan lama mayoritas 29 responden menjawab cukup baik, minoritas 0 responden menjawab tidak baik, spare parts yang digunakan dapat tetap digunakan meski sudah melewati jadwal perawatan berkala.

Lupiyoadi (2013:214) dalam **Mukti (2015:95)** (ketahanan) yaitu suatu refleksi umur ekonomis, berkaitan dengan daya tahan atau berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Mengenai Pemeliharaan dan Perbaikan

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
14	Mekanik dengan cepat mengatasi perbaikan perawatan	**f**	0	35	23	12	0	**233**	**350**	**66,57**
		%	0	50	32,86	17,14	0			
15	teknisi ramah dalam menangani keluhan	**f**	0	6	34	30	0	**186**	**350**	**53,14**
		%	0,0	8,571	48,57	42,86	0			
Total Akumulasi								**419**	**700**	**59,86**

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Tabel di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai pemeliharaan dan perbaikan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 59,86%. Nilai persentase sebesar 59,86% menurut kriteria yang dikemukakan **Umi Narimawati (2007:84)** tergolong cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pemeliharaan dan perbaikan yang dilakukan cukup cepat diselesaikan.

Hal ini dapat dilihat mayoritas 35 responden menjawab baik, minoritas 12 responden menjawab kurang baik, responden menilai mekanik cepat dalam mengatasi perbaikan dalam waktu 45 menit pengerjaan.

Menurut **Husain Umar (2005)** dalam **Purwanto dan Wahyuningsih (2013:24)** mengatakan yaitu respons atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan atau memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan menangani keluhan pelanggan.

Mengenai keramahan menangani keluhan mayoritas 34 responden menjawab cukup baik dan 30 menjawab kurang baik, minoritas 0 responden menjawab tidak baik, responden menilai dalam hal ini karyawan belum terlalu sabar dalam menangani keluhan, keramahan menangani keluhan perlu ditingkatkan.

Menurut **Gronroos** dalam **Purnama (2006)** sikap dan perilaku pekerja merupakan kriteria proses (*Process-related Criteria)* yang berhubungan dengan terjadinya layanan.

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas dan Perlengkapan

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
16	Fasilitas ruang tunggu saat pemeliharaan sepeda motor yang nyaman	f	5	33	32	0	0	253	350	72,29
		%	7,143	47,14	45,71	0	0			
17	Alat yang digunakan sudah canggih sehingga dapat mempercepat perbaikan	f	0	6	42	22	0	194	350	55,43
		%	0,0	8,571	60	31,43	0			
Total Akumulasi								447	700	63,86

Sumber: Hasil Pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai fasilitas dan perlengkapan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 63,86%. Nilai persentase sebesar 63,86% menurut kriteria yang dikemukakan Umi Narimawati (2007:84) tergolong cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa fasilitas dan perlengkapan yang dimiliki AHASS Putra Jaya Bandung cukup lengkap.

Mayoritas 33 responden menjawab baik 32 responden menjawab cukup baik dan minoritas 0 responden manjawab kurang baik dan tidak baik, responden menilai ruang tunggu yang nyaman dengan fasilitas yang disediakan kopi gratis membuat pelangan tidak jenuh dalam menunggu pemeliharaan

Menurut **Kotler (2012)** dalam **Yesi Elsandra dan Suryadi (2016:189)** Fasilitas dan perlengkapan suatu produk merupakan sarana untuk melakukan layanan purna jual.

Mengenai kecanggihan peralatan yang digunakan mayoritas 60 responden menjawab cukup baik, responden menilai alat yang digunakan menggunakan alat otomatis dan *setting* sudah menggunakan komputer dalam proses pemeliharaan cukup canggih.

Menurut **Kotler (2012)** dalam **Yesi Elsandra dan Suryadi (2016:189)** Peralatan dan perlengkapan yang canggih akan dapat menentukan kelancaran pelayanan petugas dalam melakukan pemeliharaan dan perbaikan produk yang dibeli konsumen.

4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan

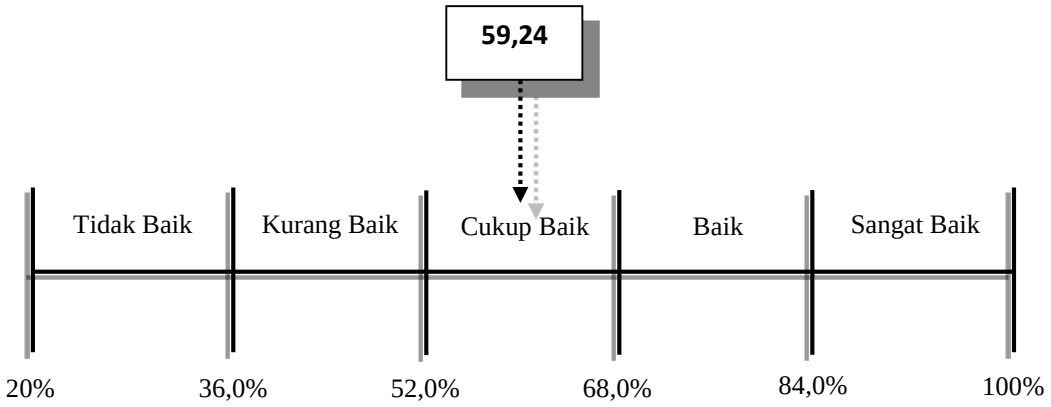
Variabel loyalitas pelanggan diukur dengan menggunakan tiga indikator yang dioperasionalisasikan kedalam 3 item pernyataan yang relevan. Untuk mengetahui gambaran loyalitas pelanggan secara menyeluruh, berikut disajikan rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan sebagai berikut:

Tabel 4.19
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Pembelian ulang	178	350	50,86	Rendah
2	Ketahanan terhadap produk lain	163	350	46,57	Rendah
3	Rekomendasi orang lain	281	350	80,29	Tinggi
Total		**622**	**1050**	**59,24**	Cukup Tinggi

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan rekapitulasi tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasi tersebut terlihat bahwa nilai persentase tertinggi sebesar 80,29% berkenaan dengan indikator rekomendasi kepada orang lain, sedangkan nilai persentase terendah diperoleh sebesar 46,57% berkenaan dengan indikator ketahahan terhadap produk lain. Secara keseluruhan, nilai persentase yang diperoleh loyalitas pelanggan sebesar 59,24% dan terkategorikan cukup tinggi. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Scoopy terkategorikan cukup tinggi. Jika disajikan dalam bentuk gambar garis kontinum, nilai persentase skor tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 4.4
Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan

Agar lebih jelas, maka peneliti menyajikan tanggapan-tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan berdasarkan masing-masing indikator dengan uraian-uraian sebagai berikut:

Tabel 4.20
Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Ulang

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
18	Frekwensi anda untuk membeli kembali dalam niat membeli kembali sepeda motor Honda Scoopy	f	0	6	26	38	0	178	350	50,86
		%	0	8,571	37,14	54,29	0			
Total Akumulasi								**178**	**350**	**50,86**

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai pembelian ulang. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 50,86%. Nilai persentase sebesar 50,86% menurut kriteria yang dikemukakan **Umi Narimawati (2007:84)** tergolong rendah. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa frekuensi pembelian ulang konsumen terhadap sepeda Motor Honda Scoopy terkategorikan rendah.

Hal ini sesuai dengan fenomena penelitian dapat di lihat dari tabel di atas mayoristas 38 responden menjawab kurang berkeinginan, pengguna sepeda motor Honda Scoopy memiliki keinginan untuk membeli sepeda motor dengan merek lain yang menurut mereka mempunyai kualitas yang lebih baik.

Menurut **Tjiptono (2008:110)** dalam **Tomida** dan **Satrio (2016:3)** loyalitas merupakan komitmen pelanggan terhadap toko, merek ataupun pemasok yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian berulang secara konsisten.

Tabel 4.21
Tanggapan Responden Mengenai Kekebalan Terhadap Produk Lain

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
19	Setuju untuk menolak membeli sepeda motor lainnya (pesaing merek lain) selain sepeda motor Honda	**f**	0	2	32	23	13	**163**	**350**	**46,57**
		%	0	2,857	45,71	32,86	18,57			
Total Akumulasi								**163**	**350**	**46,57**

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Tabel di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai kekebalan terhadap produk lain. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 46,57%. Nilai persentase sebesar 46,57% menurut kriteria yang dikemukakan Umi Narimawati (2007:84) tergolong rendah.

Hal ini sesuai dengan fenomena penelitian mayoritas 23 dan 13 responden menjawab kurang setuju dan tidak setuju menolak membeli sepeda motor honda sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy memiliki kekebalan yang rendah terhadap produk pesaing. Responden

menyatakan banyaknya pilihan sepeda motor yang ada dipasaran memungkinkan mereka untuk mencoba sepeda motor pesaing.

Menurut **Kotler dan Keller (2005)** dalam **Fermady (2015:18)** kekebalan terhadap produk lain, adalah seorang pelanggan yang menunjukkan ketahanan dari daya tarik pesaing (tidak tertarik dengan produk yang sama dari perusahaan atau merek yang lainnya).

Tabel 4.22
Tanggapan Responden Mengenai Rekomendasi Kepada Orang Lain

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
20	Frekwensi anda untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli sepeda motor Honda Scoopy	f	16	39	15	0	0	281	350	80,29
		%	22,86	55,71	21,43	0	0			
Total Akumulasi								**281**	**350**	**80,29**

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

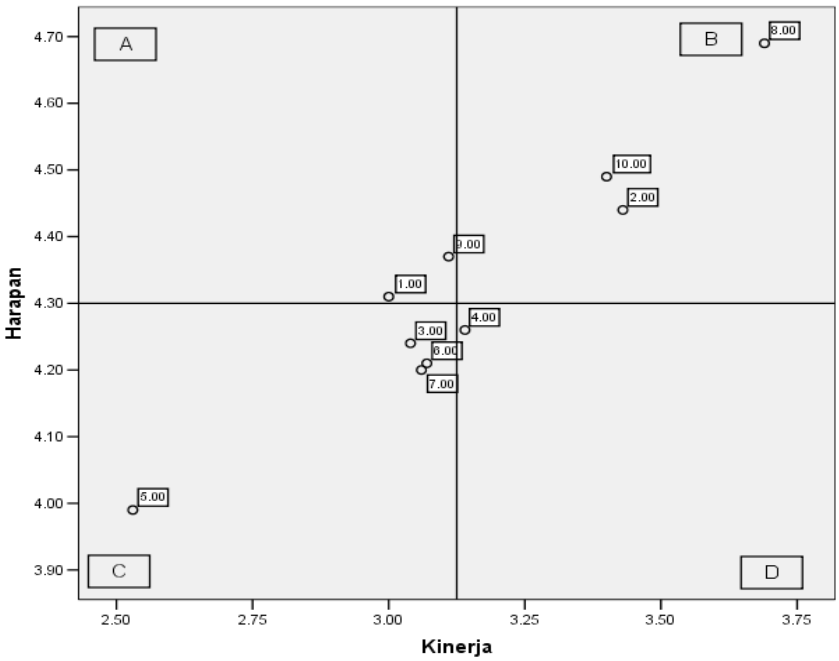
Tabel di atas menjelaskan distriibusi tanggapan-tanggapan responden mengenai rekomendasi kepada orang lain. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 80,29%. Nilai persentase sebesar 80,29% menurut kriteria yang dikemukakan **Umi Narimawati (2007:84)** tergolong tinggi. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pengguna sepeda Motor Honda Scoopy akan merekomendasikan kepada orang lain.

Hal ini sejalan dengan fenomena penelitian dimana mayoritas 39 responden menjawab sering dan 16 responden menjawab sangat sering merekomendasikan sepeda motor mereka kepada orang lain, responden menilai bahwa mereka beranggapan bahwa sepeda motor Honda scoopy bagus untuk direkomendasikan ke orang lain.

Menurut **Fullerton dan Nugroho (2011:17)** dalam **Fahmi dan Yuniati (2013:5)** sikap pelanggan untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa merupakan sikap loyalitas advokasi.

4.4 *Importance Performance Analysis* (IPA)

Bagian ini membahas tentang pemetaan atribut yang akan menjadi dasar bagi peneliti untuk membuat usulan skala priorotas bagi peningkatan kuatan produk sepeda motor Honda Scoopy Bandung. Dalam menginpretasikan hasil penelitian analisis ini dituangkan dalam diagram kartesius dengan menggunakan *software* SPSS yang terbagi atas empat kuadran sebagaimana disajikan sebagai berikut :



Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Gambar 4.5
Diagram Kartesius

Berdasarkan diagram kartesius di atas dapat dijelaskan interpretasi sebagai berikut:

- **Kuadran A**

Menunjukan dimana tingkat kepentingan pelanggan sangat tinggi namun kinerja perusahaan rendah. Sehingga pelanggan menemukan ketidakpuasan. Pada kuadran ini harus merupakan prioritas utama untuk diperbaiki. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah item nomor:

1. Tingkat kenyamanan dalam berkendara.
9. Tingkat pilihan warna yang variatif.

- **Kuadran B**

Menunjukan tingkat kepentingan pelanggan tinggi telah bertemu dengan kinerja perusahaan yang juga tinggi, dengan kata lain pelanggan akan merasa puas dan pada kuadran ini pelanggan benar-benar loyal pada perusahaan dan akan melakukan *word of mouth* yang positif. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah item nomor:

2. Tingkat keiritan bahan bakar,
8. Tingkat kemenarikan bentuk fisik,
10. Citra produk.

- **Kuadran C**

Menunjukan tingkat kepentingan pelanggan rendah dan kinerja perusahaan juga rendah sehingga jika hendak diperbaiki bukan merupakan prioritas utama. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah item nomor:

3. Fitur tambahan yang bermanfaat,
5. Tingkat lama kerusakan dalam penggunaan,

6. Tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang telah ditetapkan,
7. Tingkat masa pemakaian sesudai dengan yang diharapkan.

- **Kuadran D**

Menunjukan tingkat kepentingan pelanggan tidak terlalu tinggi namun kinerja perusahaan sangatlah baik, sehingga hal ini merupakan pemborosan bagi perusahaan / terjadi inefisiensi. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah item nomor:

4. Tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang telah ditetapkan.

Dalam hal ini dapat dilihat pada gambar 4.4 diatas menunjukan bahwa tingkat keiritan bahan bahan bakar, tingkat kemarikan bentuk fisik dan citra produk sepeda motor Honda Scoopy berada pada kuadran B yang artinya tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan yang tinggi dapat memuasakan pelanggan yang pada akhirnya akan loyal dan menciptakan *word of mouth positif* mengenai sepeda motor Honda Scoopy

Menurut **Sumarwan (2010:261)** dalam **Tri Yuniati (2013:3)** kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Dengan demikian tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan sangat puas.

Untuk lebih jelas maka disajikan perhitungan pada sub bab berikut.

4.4.1 Tingkat Kinerja (*Performance*) Kualitas Produk

Variabel kualitas produk diukur dengan menggunakan tujuh indikator yang dioperasionalisasikan kedalam 10 item pernyataan yang relevan. Untuk mengetahui gambaran kualitas produk secara menyeluruh, berikut disajikan rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai kualitas produk.

Tabel 4.23
Tanggapan Reponden Mengenai Tingkat Kinerja Kualitas Produk

No	Pernyataan	Bobot	f	%	Total Skor
1	Sepeda Motor Honda Scoopy dapat memberikan kenyamanan berkendara secara maksimal	5	0	0,0	210
		4	21	30,0	
		3	28	40,0	
		2	21	30,0	
		1	0	0,0	
2	Sepeda Motor Honda Scoopy irit dalam pemakaian bahan bakar	5	4	5,7	240
		4	25	35,7	
		3	38	54,3	
		2	3	4,3	
		1	0	0,0	
3	Fitur Lampu LED menjadi daya Tarik tersendiri dari motor Honda Scoopy	5	0	0,0	213
		4	20	28,6	
		3	33	47,1	
		2	17	24,3	
		1	0	0,0	
4	Sepeda motor honda scoopy dapat bermanuver dengan baik di segala kondisi jalan	5	0	0,0	220
		4	25	35,7	
		3	30	42,9	
		2	15	21,4	
		1	0	0,0	
5	Banyak komponen yang digunakan sepeda motor Honda Scoopy dapat bertahan lama/tidak gampang rusak	5	0	0,0	177
		4	6	8,6	
		3	25	35,7	
		2	39	55,7	
		1	0	0,0	

No	Pernyataan	Bobot	f	%	Total Skor
6	Sepeda motor Honda Scoopy dapat digunakan lebih dari 5 tahun	5	0	0,0	215
		4	22	31,4	
		3	31	44,3	
		2	17	24,3	
		1	0	0,0	
7	Sepeda motor Honda Scoopy sudah sesuai dengan standard yang ditawarkan	5	0	0,0	214
		4	22	31,4	
		3	30	42,9	
		2	18	25,7	
		1	0	0,0	
8	Sepeda motor Honda Scoopy memiliki body yang menarik perhatian	5	8	11,4	258
		4	32	45,7	
		3	30	42,9	
		2	0	0,0	
		1	0	0,0	
9	Pemilihan warna sepeda motor Honda Scoopy inovatif	5	0	0,0	218
		4	25	35,7	
		3	28	40,0	
		2	17	24,3	
		1	0	0,0	
10	Sepeda motor Honda Scoopy mempunyai citra produk yang baik	5	0	0,0	238
		4	34	48,6	
		3	30	42,9	
		2	6	8,6	
		1	0	0,0	
Akumulasi Skor Jawaban Responden					**2203**

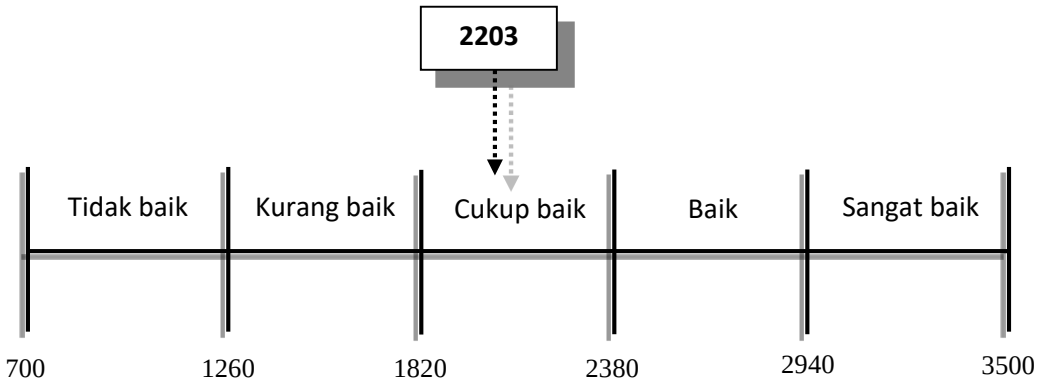
Sumber: hasil pengolahan data (2018)

Jumlah skor tanggapan responden terhadap sepuluh item pernyataan yang diajukan mengenai tingkat kinerja kualitas produk diperoleh sebesar 2203 dengan bobot tertinggi adalah 5 dan bobot terendah adalah 1. Jika diklasifikasikan menjadi lima tingkatan maka rentang skor antar tingkatan dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

Nilai Indeks Minimum = 1 x 10 x 70 = 700.

Nilai Indeks Maksimum = 5 x 10 x 70 = 3500.
Range = 3500 – 700 = 2800
Jenjang Range = 2800 : 5 = 560

Interval kategori untuk akumulasi jumlah skor tanggapan responden yang terdiri dari sepuluh item pernyataan mengenai kinerja (*performance*) variabel kualitas produk adalah sebagai berikut:



Gambar 4.6
Garis Kontinum Tingkat Kinerja *(performance)* Kualitas Produk

Dari keterangan di atas diketahui tingkat persetujuan responden terhadap kinerja (*performance*) variabel kualitas produk adalah sebesar (2203/3500) x 100 = 62,94%. Nilai tersebut berada dalam kelas interval antara 52,01% - 68% dan terkategorikan cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kinerja kualitas produk dinilai cukup baik.

4.4.2 Tingkat Harapan (*Importance*) Kualitas Produk

Variabel kualitas produk diukur dengan menggunakan tujuh indikator yang dioperasionalisasikan kedalam 10 item pernyataan yang relevan. Untuk

mengetahui gambaran kualitas produk secara menyeluruh, berikut disajikan rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai kualitas produk.

Tabel 4.24
Tanggapan Reponden Mengenai Tingkat Harapan Kualitas Produk

No	Pernyataan	Bobot	f	%	Total Skor
1	Sepeda Motor Honda Scoopy dapat memberikan kenyamanan berkendara secara maksimal	5	32	45,7	302
		4	28	40,0	
		3	10	14,3	
		2	0	0,0	
		1	0	0,0	
2	Sepeda Motor Honda Scoopy irit dalam pemakaian bahan bakar	5	32	45,7	311
		4	37	52,9	
		3	1	1,4	
		2	0	0,0	
		1	0	0,0	
3	Fitur Lampu LED menjadi daya Tarik tersendiri dari motor Honda Scoopy	5	27	38,6	297
		4	33	47,1	
		3	10	14,3	
		2	0	0,0	
		1	0	0,0	
4	Sepeda motor honda scoopy dapat bermanuver dengan baik di segala kondisi jalan	5	29	41,4	298
		4	30	42,9	
		3	11	15,7	
		2	0	0,0	
		1	0	0,0	
5	Banyak komponen yang digunakan sepeda motor Honda Scoopy dapat bertahan lama/tidak gampang rusak	5	22	31,4	279
		4	25	35,7	
		3	23	32,9	
		2	0	0,0	
		1	0	0,0	
6	Sepeda motor Honda Scoopy dapat digunakan lebih dari 5 tahun	5	27	38,6	295
		4	31	44,3	
		3	12	17,1	
		2	0	0,0	
		1	0	0,0	

No	Pernyataan	Bobot	f	%	Total Skor
7	Sepeda motor Honda Scoopy sudah sesuai dengan standard yang ditawarkan	5	27	38,6	294
		4	30	42,9	
		3	13	18,6	
		2	0	0,0	
		1	0	0,0	
8	Sepeda motor Honda Scoopy memiliki body yang menarik perhatian	5	48	68,6	328
		4	22	31,4	
		3	0	0,0	
		2	0	0,0	
		1	0	0,0	
9	Pemilihan warna sepeda motor Honda Scoopy inovatif	5	34	48,6	306
		4	28	40,0	
		3	8	11,4	
		2	0	0,0	
		1	0	0,0	
10	Sepeda motor Honda Scoopy mempunyai citra produk yang baik	5	37	52,9	314
		4	30	42,9	
		3	3	4,3	
		2	0	0,0	
		1	0	0,0	
Akumulasi Skor Jawaban Responden					**3024**

Sumber: Hasil pengolahan kuisioner (2018)

Jumlah skor tanggapan responden terhadap sepuluh item pernyataan yang diajukan mengenai tingkat harapan kualitas produk diperoleh sebesar 3024 dengan bobot tertinggi adalah 5 dan bobot terendah adalah 1. Jika diklasifikasikan menjadi lima tingkatan maka rentang skor antar tingkatan dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

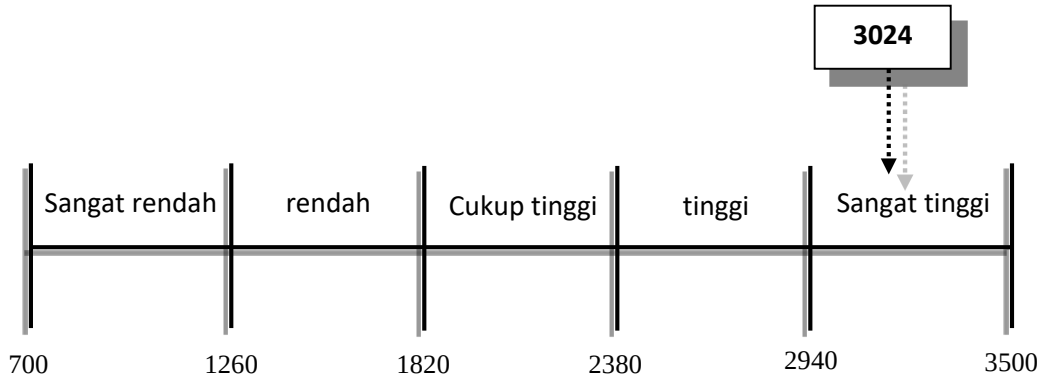
Nilai Indeks Minimum = 1 x 10 x 70 = 700.

Nilai Indeks Maksimum = 5 x 10 x 70 = 3500.

Range = 3500 – 700 = 2800

Jenjang Range = 2800 : 5 = 560

Interval kategori untuk akumulasi jumlah skor tanggapan responden yang terdiri dari sepuluh item pernyataan mengenai harapan (*importance*) variabel kualitas produk adalah sebagai berikut:



Gambar 4.7
Garis kontinum Tingkat Harapan *(Importance)* Kualitas Produk

Dari keterangan di atas diketahui tingkat persetujuan responden terhadap harapan (*important*) variabel kualitas produk adalah sebesar (3024/3500) x 100 = 86,40%. Nilai tersebut berada dalam kelas interval antara 84,01% - 100% dan terkategorikan sangat tinggi. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa harapan kualitas produk dinilai sangat tinggi.

4.5 Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Honda Scoopy Bandung

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan layanan purna

jual terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Scoopy. Untuk menjawab permasalahan tersebut, digunakan analisis regresi linier berganda yang terdiri dari persamaan regresi linier berganda, analisis korelasi, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis dengan terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.

4.5.1 Persamaan Regresi Linier Berganda

Model persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut: $\mathbf{Y= a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2}$

Keterangan :

a : Konstanta

Y : Loyalitas Pelanggan

X_1 : Kualitas Produk

X_2 : Layanan Purna Jual

b_1 dan b_2: Koefisien regresi

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.25
Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,842	,924		-1,993	,050
	Kualitas Produk	,204	,033	,497	6,129	,000
	Layanan Purna Jual	,225	,035	,522	6,438	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Dari tabel output di atas diperoleh nilai a sebesar -1,842, β_1 sebesar 0,204 dan β_2 sebesar 0,225. Dengan demikian, persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Y= -1,842 + 0,204X_1 + 0,225X_2}$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

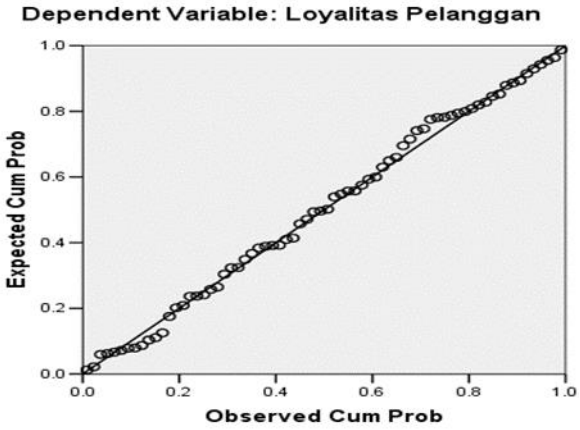
a. Konstanta sbeesar -1,842 menunjukan bahwa ketika kualitas produk dan layanan purna jual bernilai nol (0) dan tidak ada perubahan, maka loyalitas pelanggan diprediksi akan bernilai sebesar -1,842.
b. Variabel X_1 yaitu kualitas produk memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,204 menunjukan bahwa ketika kualitas produk ditingkatkan, diprediksi akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebanyak 0,204 kali.
c. Variabel X_2 yaitu layanan purna jual memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,225 menunjukan bahwa ketika layanan purna jual ditingkatkan, diprediksi akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,225.

4.5.2 Uji Asumsi Klasik

4.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi ada tidaknya pelanggaran asumsi normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan metode grafik p-plot dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Gambar 4.8
Hasil Uji Normalitas Data

Gambar di atas menunjukan hasil pengujian normalitas data menggunakan metode grafik p-plot. Dari hasil tersebut terlihat titik –titik yang diperoleh masih mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan memiliki sebaran data yang terdistribusi secara normal. Dengan demikian asumsi normalitas data terpenuhi.

Menurut **Singgih Santoso (2002:393)** Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistic

4.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.Untuk melihat nilai multikolinieritas dapat dilihat dengan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya jika *tolerance* < 0,10 dan VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas. Dari pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

Tabel 4.26
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	,993	1,007
	Layanan Purna Jual	,993	1,007

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

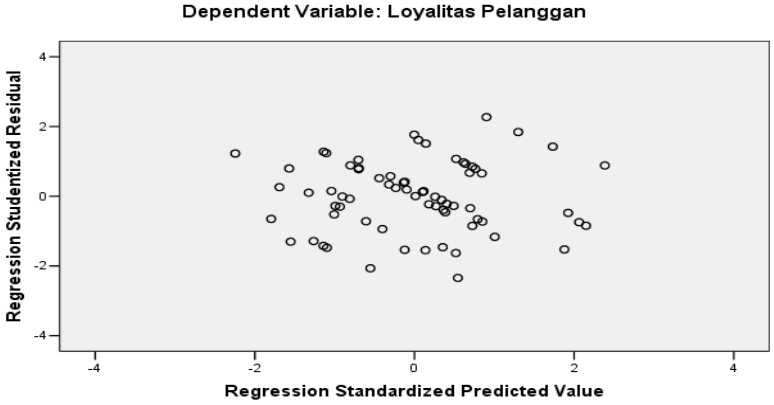
Berdasarkan hasil yang disajikan pada tabel di atas, terlihat bahwa nilai *tolerance* yang diperoleh kedua variabel bebas masing-masing sebesar 0,993 > 0,1 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,007 < dari 10. Hal ini menunjukan bahwa tidak ditemukan adanya korelasi yang kuat diantara variabel bebas, sehingga asumsi multikolinieritas data terpenuhi.

Menurut **Gujarati (2003:362)**, jika nilai *VIF* nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

4.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah adalah model yang homokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya pelangaran heteroskedastisitas, dapat dilihat dengan menggunakan metode scatter plot dengan ketentuan sebagai berikut:

a. jika ada pola tertentu seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas
b. jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas (homokedastisitas).



Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Gambar 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar di atas menunjukan hasil pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan metode grafik scatter plot. Dari gambar tersebut terlihat bahwa titik-titik yang diperoleh membentuk pola acak tidak beraturan serta menyebar diatas dan dibawah angka nol (0) pada sumbu Y, sehingga dalam model regresi yang akan dibentuk tidak ditemukan adanya pelanggaran heteroskedastisitas, dengan kata varians residual bersifat homokedastisitas.

Menurut **Gujarati (2005:406)**, situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efesien dan hasil dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi

4.5.3 Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linear antara dua variabel. Korelasi juga tidak menunjukan hubungan fungsional. Dengan kata lain, analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dalam hal ini untuk melihat hubungan antara kualitas produk dan layanan purna jual dengan loyalitas pelanggan baik secara simultan maupun secara parsial.

1. Analisis Korelasi Simultan

Dengan menggunakan software SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi simultan antara kualitas produk dan layanan purna jual dengan loyalitas pelanggan sebagai berikut:

Tabel 4.27

Analisis Korelasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750[a]	,563	,549	,83176

a. Predictors: (Constant), Layanan Purna Jual, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi simultan yang diperoleh antara kualitas produk, layanan purna jual dan loyalitas pelanggan sebesar 0,750. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, nilai sebesar 0,750 termasuk kedalam kategori hubungan yang cukup tinggi, berada dalam kelas interval antara 0,61 – 0,80.

2. Analisis Korelasi Parsial

Dengan menggunakan *software* SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi parsial antara kualitas produk dan layanan purna jual dengan loyalitas pelanggan sebagai berikut:

Tabel 4.28

Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan

Correlations

		Kualitas Produk	Loyalitas Pelanggan
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	,540**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	70	70
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,540**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	70	70

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,540. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, nilai sebesar 0,540 termasuk kedalam kategori hubungan yang sedang.

Tabel 4.29

Hubungan Antara Layanan Purna Jual dengan Loyalitas Pelanggan

Correlations

		Layanan Purna Jual	Loyalitas Pelanggan
Layanan Purna Jual	Pearson Correlation	1	,563**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	70	70
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,563**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	70	70

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara layanan purna jual dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,563. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukan bahwa hubungan yang

terjadi adalah searah. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, nilai sebesar 0,563 termasuk kedalam kategori hubungan yang sedang.

4.5.4 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 yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dalam bentuk persentase. Dengan menggunakan SPSS, diperoleh koefisien determinasi yang dapat dilihat pada tabel output berikut:

Tabel 4.30
Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750[a]	,563	,549	,83176

a. Predictors: (Constant), Layanan Purna Jual, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai koefisien korelasi atau (R) yang diperoleh sebesar 0,750. Dengan demikian koefisien determinasi dapat dihitung sebagai berikut:

Kd = $(r)^2$ x 100 %

Kd = $(0{,}750)^2$ x 100 %

Kd = 56,3%

Dari hasil perhitungan di atas terlihat bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 56,3%. Hal ini menunjukan bahwa kedua variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk dan layanan purna jual memberikan kontribusi terhadap loyalitas pelanggan sebesar 56,3%, sedangkan sisanya sebesar 43,7% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti. Sedangkan untuk melihat besarnya kontribusi pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.31
Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Kualitas Produk	,497	,540
	Layanan Purna Jual	,522	,563

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Berdasarkan output di atas dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Pengaruh X1 terhadap Y = 0,497 x 0,540 = 0,269 atau 26,9%

Pengaruh X2 terhadap Y = 0,522 x 0,563 = 0,294 atau 29,4%

Dari hasil perhitungan di atas, terlihat bahwa layanan purna jual (X2) memberikan kontribusi paling dominan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan kontribusi yang diberikan sebesar 29,4%, sedangkan 26,9% lainnya diberikan oleh kualitas produk (X1).

4.5.5 Pengujian Hipotesis

4.5.5.1 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Untuk membuktikan apakah kedua variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk dan layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H_0 :$\beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya secara simultan, kedua variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk dan layanan purna jual tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Scoopy Bandung.

H_1 :$\beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, artinya secara simultan, kedua variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk dan layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Scoopy Bandung.

Tarafsignifikansi (α) : 0,05

Kriteria uji : tolak H_0 jika nilai F-hitung > F-tabel, H_1 terima

Nilai statistik uji F dapat diketahui dari tabel output berikut:

Tabel 4.32

Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59,603	2	29,801	43,076	,000[a]
	Residual	46,352	67	,692		
	Total	105,955	69			

a. Predictors: (Constant), Layanan Purna Jual, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

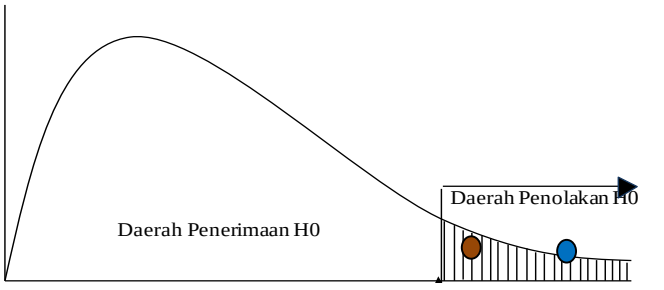
Berdasarkan hasil perhitungan di atas, terlihat bahwa nilai F-hitung yang diperoleh sebesar 43,076. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F-tabel pada tabel distribusi F. Dengan α=0,05, db_1=2 dan db_2=67, diperoleh nilai F-tabel sebesar 3,134. Dari nilai-nilai di atas, terlihat bahwa nilai F_{hitung} (43,076) > F_{tabel} (3,134), sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya secara simultan kedua variabel bebas yang terdiri kualitas produk dan layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Scoopy Bandung.

Kualitas produk dan layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan kualitas produk yang baik ditunjang dengan layanan purna jual yang baik pula dapat meningkatkan loyalitas pelanggan untuk melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan yang nantinya akan menimbulkan *word of mouth positif.*

Hal ini sejalan dengan penelitian **Yesi Elsandra dan Suryadi (2016:196)** dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan purna jual berpengaruh terhadap langsung secara signifikan terhadap

kepuasan dan loyalitas pelanggan, namun juga kepuasan pelanggan memediasi secara penuh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dan memediasi secara parsial layanan purna jual terhadap loyalitas pelanggan.

Jika disajikan dalam gambar, nilai F-$_{hitung}$ dan F-$_{tabel}$ tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Gambar 4.10 Kurva Uji Hipotesis Simultan X_1 dan X_2 terhadap Y

4.5.5.2 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T)

1. Pengujian Hipotesis Parsial X_1

$H_0 : \beta_1 = 0$ Artinya, secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Scoopy Bandung.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ Artinya, secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Scoopy Bandung.

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak H_0 jika t hitung lebih besar dari t tabel, terima dalam hal lainnya

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

Tabel 4.33

Pengujian Hipotesis Parsial X_1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,842	,924		-1,993	,050
	Kualitas Produk	,204	,033	,497	6,129	,000
	Layanan Purna Jual	,225	,035	,522	6,438	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

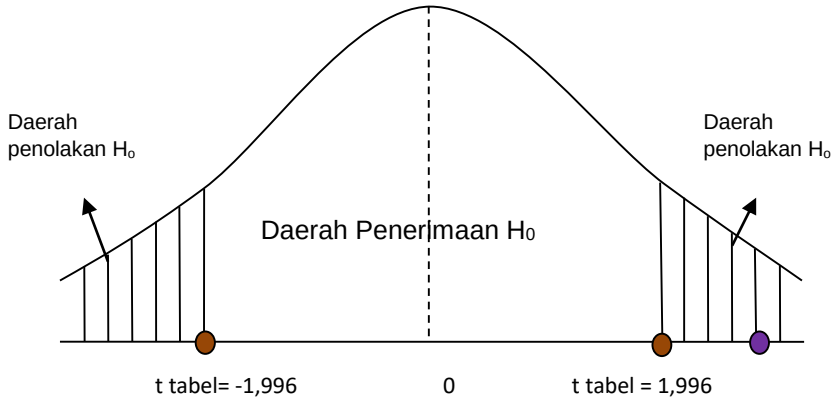
Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh kualitas produk sebesar 6,129. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=70-2-1= 67, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar ±1,996. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 6,129, berada diluar nilai t-tabel (-1,996 dan 1,996). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Scoopy.

Pilkington dan Chai (2008) dalam **Jahanshahi et al., (2011:259)** mengemukakan bahwa "*the importance of quality of products and services on customer satisfaction and found out that loyal customers mostly lie in category of customers who have used higher quality products. This implies that better quality of products tends to increase customers loyalty"* Pentingnya kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan pelanggan dan menemukan bahwa pelanggan setia kebanyakan berada dalam kategori pelanggan yang telah

menggunakan produk berkualitas lebih tinggi. Ini menyiratkan bahwa kualitas produk yang lebih baik cenderung meningkatkan loyalitas pelanggan.

Jika disajikan dalam grafik, nilai t-hitung dan t-tabel tersebut dapat dilihat pada table berikut ini:



Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Gambar 4.11 Pengujian Hipotesis Parsial X_1

2. Pengujian Hipotesis Parsial X_2

$H_0 : \beta_2 = 0$ Artinya, secara parsial layanan purna jual tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Scoopy Bandung.

$H_1 : \beta_2 \neq 0$ Artinya, secara parsial layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Scoopy Bandung.

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak H_0 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 4.34

Pengujian Hipotesis Parsial X_2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,842	,924		-1,993	,050
	Kualitas Produk	,204	,033	,497	6,129	,000
	Layanan Purna Jual	,225	,035	,522	6,438	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

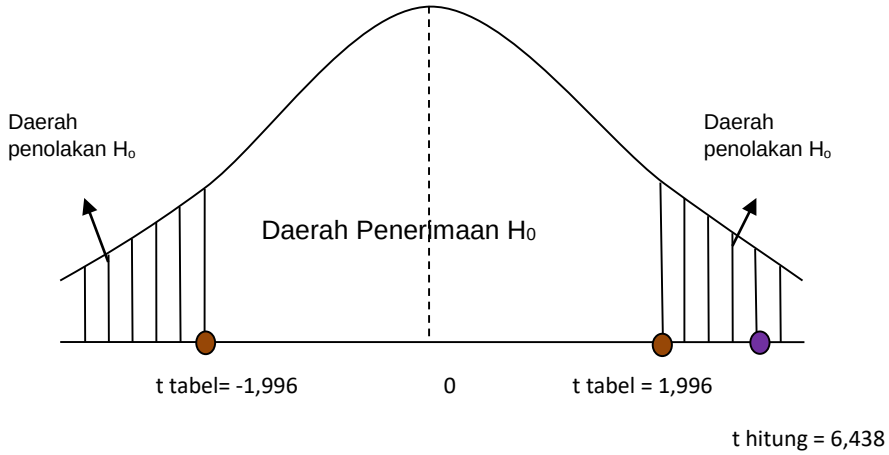
Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh layanan purna jual sebesar 6,438. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=70-2-1= 67, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar ±1,996. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 6,438, berada diluar nilai t-tabel (-1,996 dan 1,996). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Scoopy.

Menurut **Saccani, et al., (2006).** Dalam **Shaharudin, et al., (2009:12)** menyatakan bahwa "*It is noteworthy to point out that after-sales plays a key role in supporting marketing activities to enhance customer loyalty, and thus to increase profitability in the long term*". Perlu dicatat untuk menunjukkan bahwa purna jual memainkan peran kunci dalam mendukung aktivitas pemasaran

untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, dan dengan demikian meningkatkan profitabilitas dalam jangka panjang.

Jika disajikan dalam grafik, nilai t-hitung dan t-tabel tersebut dapat dilihat pada table berikut ini:



Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Gambar 4.12 Pengujian Hipotesis Parsial X_2