

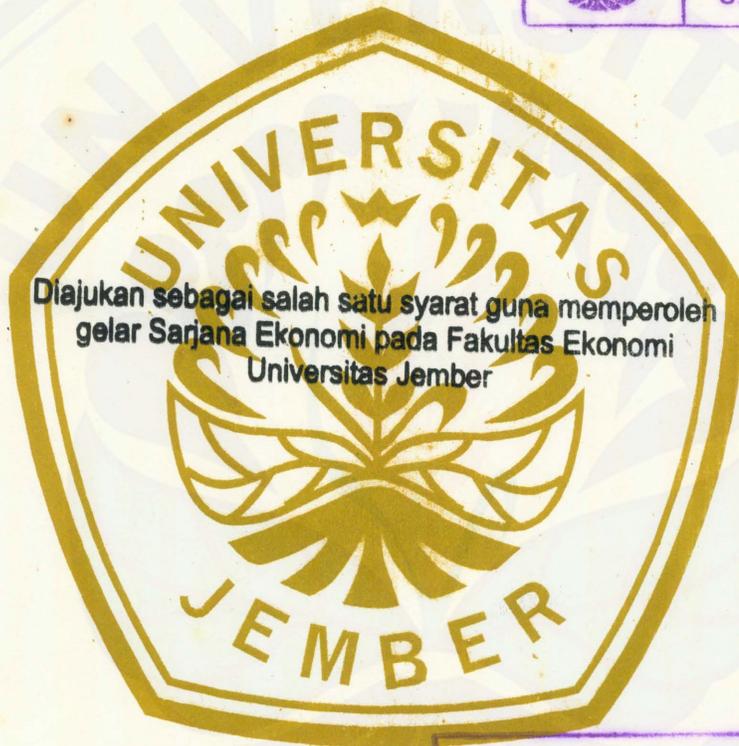
TIDAK DIPINJAMKAN KELUAR

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR DI KOTAMADYA
MOJOKERTO**

SKRIPSI



MILIK PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JEMBER



Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh :

Hardian Yogo Dratomo

NIM : DIB1 95-324

Asal : Hadiah
Pembelian
Terima Tgl: **19 MAY 2000**
No, Induk : PTL. 2000.10.147

Klasifikasi
Grp. 8.2
PBB
a

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2000**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR DI KOTAMADYA
MOJOKERTO**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh

Hardian Yogo Dratomo

NIM : DIB1 95-324

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2000**

Hardian Yogo Dratomo

NIM DIB1 95-324

2

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR DI KOTAMADYA
MOJOKERTO

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Hardian Yogo Pratomo

N. I. M. : DIB 195-324

Jurusan : Manajemen

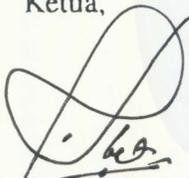
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

01 MAR 2000

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar S a r j a n a dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

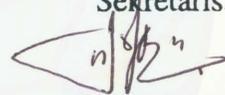
Ketua,



Dra. Hj. Suhartini Sudjak

NIP. 130 368 797

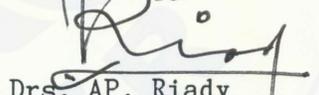
Sekretaris,



Dra. Isti Fadah, M.Si.

NIP. 131 877 448

Anggota,



Drs. AP. Riady

NIP. 130 879 631

Mengetahui/Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,



Drs. H. Sukusni, M.Si.

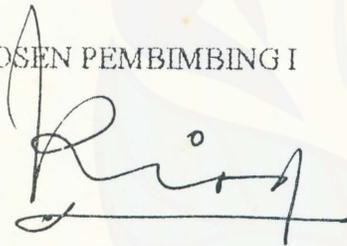
NIP. 130 350 764



TANDA PERSETUJUAN

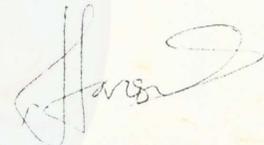
JUDUL : ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR DI
KOTAMADYA MOJOKERTO
NAMA MAHASISWA : HARDIAN YOGO PRATOMO
NIM : DIBI 95-324
JURUSAN : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN

DOSEN PEMBIMBING I



Drs. AHMAD POEHI RIADY
NIP 130879631

DOSEN PEMBIMBING II



Dra. SUDARSIH
NIP 131975315

KETUA JURUSAN
MANAJEMEN



Drs. ABDUL HALIM
NIP 130674838

MOTTO

“Iqra’ Bismi Rabbikal Ladzii Khalaq”
(Bacalah dengan nama Tuhanmu yang telah menciptakan
Al Alaq : 1)

“Berbuatlah Bijaksana Seperti Sahabat Abu Bakar Ash Shidiq, Berbuatlah Derma Kepada Yang Lemah Seperti Sahabat Ustman Bin Affan, Berbuatlah Adil Seperti Sahabat Umar Bin Khatab, Berilmulah Seperti Sahabat Ali Bin Abi Thalib Dan Berbuatlah Sabar Seperti Rasulullah SAW”
(Yogi)

“Orang Menyandang Predikat Dewasa Apabila Mampu Menyelaraskan Antara Perkataan Dan Perbuatannya Serta Mampu Menjalankan Perintah Agama Dengan Benar”
(Yogi)

Kupersembahkan Skripsi Sederhana Ini Untuk :

- 1. Bapak dan Ibuku Tercinta, Terima Kasih Ananda Ucapkan Atas Segala Curahan Kasih Sayang, Doa dan Pengorbanannya. Mohon Maaf Ananda Belum Bisa Memberikan yang Terbaik Buat Bapak dan Ibu*
- 2. Adik-adikku, Dwi dan Tri. Terkhusus Untuk Adikku Dwi, Terima Kasih Atas Segala Pengertian dan Segala yang Telah Kau Berikan Kepadaku*
- 3. Buat Seseorang yang Sudah Mau Menawarkan Aku Dikehidupannya, Dik Ari, Terima Kasih Atas Doa dan Semangatnya*
- 4. Almamaterku, yang Telah Memberikan Naungan Buatku Untuk Menuntut Ilmu*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GRAFIK	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Metodologi Penelitian	3
1.6 Kerangka Pemecahan Masalah	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	12
2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
2.3 Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian	19
2.4 Jenis Perilaku Pembelian	20
2.5 Teknik Analisis Data	22
III. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	25
3.1 Gambaran Umum Kotamadya Mojokerto	25
3.2 Gambaran Umum Kecamatan Magersari	27
3.3 Gambaran Umum Kecamatan Prajurit Kulon	30

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Penentuan Responden	33
4.2 Karakteristik Dari Hasil Kuesioner	33
4.3 Hasil Chi-Square Dan Koefisien Kontingensi	39
4.4 Preferensi Konsumen Sepeda Motor Di Kotamadya Mojokerto	45
V. SIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Simpulan	46
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48



KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini disusun sebagai syarat penulis untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini selesai berkat bantuan pihak lain. Untuk itu tidak berlebihan kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan kasih sayang dan doanya ;
2. Bapak Drs. A. P Riady selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dra. Sudarsih selaku dosen pembimbing II, yang telah banyak memberikan koreksi dan pengarahan yang sangat bermanfaat ;
3. Bapak Pramono Adi Sarjono dan Ibu Erna, yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan pinjaman buku ;
4. Pegawai Kantor Kecamatan Magersari, Prajurit Kulon dan Statistik Kotamadya Mojokerto ;
5. Teman-teman Alcatraz, terkhusus buat Sigit, Beny dan Indradian, Wasis Ali, Ogi, Basuki, Heru Keong, Mas Sigit, Keples, Budi, Donna, Slam, Dayat, Nugroho, Jo', Pak Kost, Pengguni Jawa VI/ 74, Taci' dan Yu Yanti ;
6. Arek MGT GP'95, Eno, Trias, Titin, Mima, Deny, Kris, Agung dan Zaman ;
7. Teman-teman KKN Kelompok 46, Nanang, Pak Eko, Santo, Emma, Ari, Lila, Usma dan Hari, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi dan pengertiannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun.

Semoga segala bantuan yang diberikan kepada penulis akan mendapatkan balasan dari Allah SWT

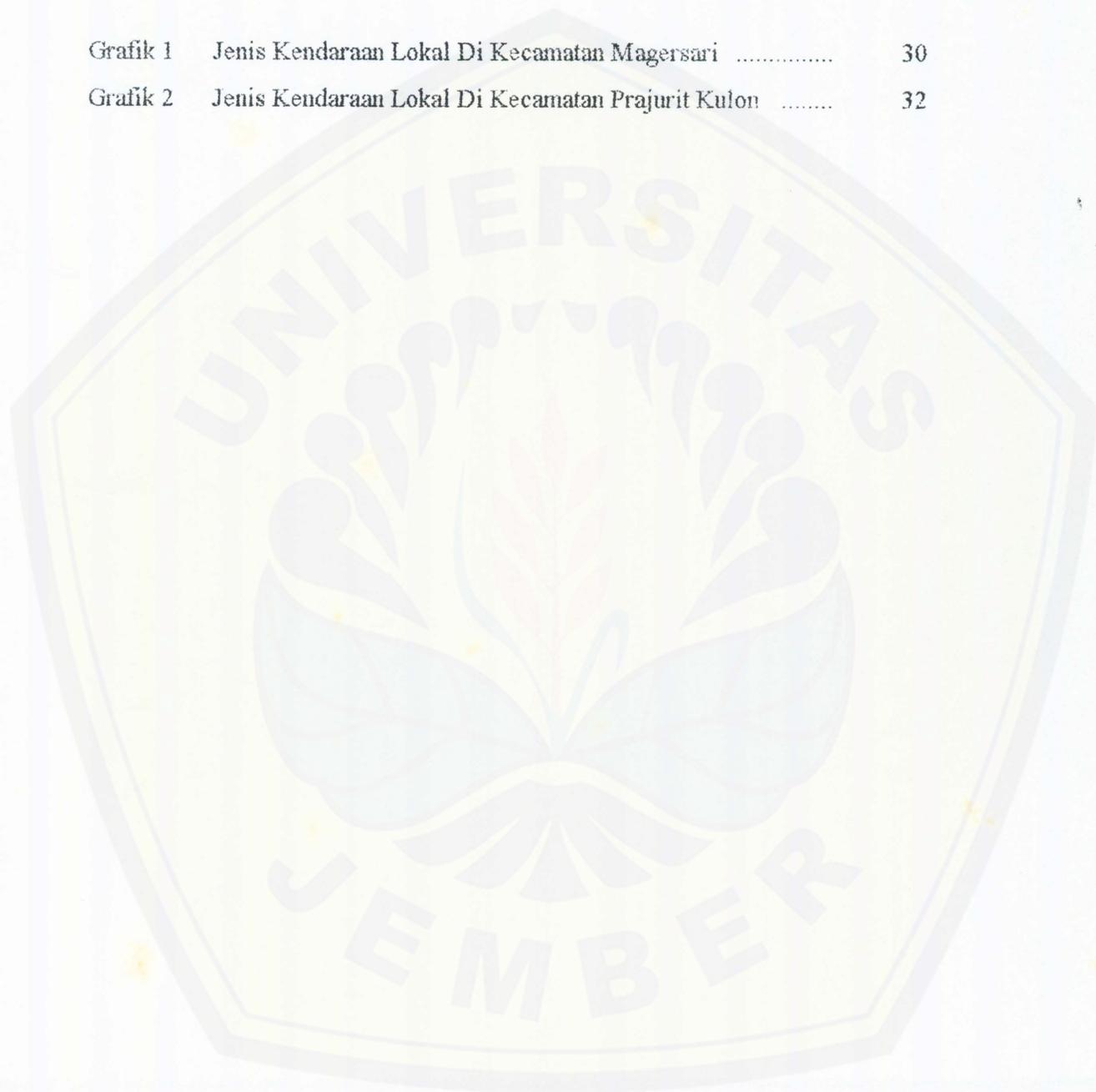
DAFTAR TABEL

Tabel 1	Pembagian Wilayah Kerja Kecamatan Magersari Kotamadya Mojokerto	26
Tabel 2	Pembagian Wilayah Kerja Kecamatan Prajurit Kulon Kotamadya Mojokerto	26
Tabel 3	Jumlah Penduduk Kotamadya Mojokerto Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4	Jumlah Penduduk Kotamadya Mojokerto Berdasarkan Penggolongan Usia	27
Tabel 5	Penduduk Kotamadya Mojokerto Menurut Pengeluaran Perkapita Sebulan	27
Tabel 6	Jumlah Penduduk Kecamatan Magersari Per Desa Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 7	Jumlah Penduduk Kecamatan Magersari Berdasarkan Usia	28
Tabel 8	Jenis Pekerjaan Penduduk Kecamatan Magersari	29
Tabel 9	Jenis Angkutan Lokal Di Kecamatan Magersari	29
Tabel 10	Jumlah Penduduk Kecamatan Prajurit Kulon Per Desa Berdasarkan jenis Kelamin	30
Tabel 11	Jumlah Penduduk Kecamatan Prajurit Kulon Berdasarkan Usia	31
Tabel 12	Jenis Pekerjaan Penduduk Kecamatan Prajurit Kulon	31
Tabel 13	Jenis Angkutan Lokal Di Kecamatan Prajurit Kulon	32
Tabel 14	Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Produk	33
Tabel 15	Selera Konsumen Dalam Memilih Warna Sepeda Motor	34
Tabel 16	Jenis Sepeda Motor Yang Dipilih Responden	34
Tabel 17	Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Pendapatan.....	35

Tabel 18	Jawaban Responden Atas Sistem Pembelian Sepeda Motor	35
Tabel 19	Pengelompokan Responden Berdasarkan Besarnya Pendapatan	36
Tabel 20	Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 21	Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Pelayanan	37
Tabel 22	Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Bonus.....	37
Tabel 23	Distribusi Pendapat Responden Atas Pertanyaan Kelompok Referensi	38

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1	Jenis Kendaraan Lokal Di Kecamatan Magersari	30
Grafik 2	Jenis Kendaraan Lokal Di Kecamatan Prajurit Kulon	32



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Pertanyaan
- Lampiran 2 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Jenis Sepeda Motor
- Lampiran 3 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Warna Sepeda Motor
- Lampiran 4 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Produk
- Lampiran 5 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Sistem Pembelian Sepeda Motor
- Lampiran 6 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Pendapatan
- Lampiran 7 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Pelayanan
- Lampiran 8 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Bonus
- Lampiran 9 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Besarnya Pendapatan
- Lampiran 10 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Jenis Pekerjaan
- Lampiran 11 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Kelompok Referensi
- Lampiran 12 Perhitungan Chi-Square Variabel Produk Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor
- Lampiran 13 Perhitungan Chi-Square Variabel Harga Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor
- Lampiran 14 Perhitungan Chi-Square Variabel Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor
- Lampiran 15 Perhitungan Chi-Square Variabel Bonus Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor
- Lampiran 16 Perhitungan Chi-Square Variabel Kelompok Referensi Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor
- Lampiran 17 Distribusi Chi-Kuadrat

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dewasa ini bila kita cermati telah membuat perubahan yang besar dalam setiap kehidupan manusia. Perubahan yang terjadi ini membuat kehidupan manusia semakin dinamis dan kompleks. Perkembangan yang terjadi juga membawa dampak kepada semakin kompleksnya kebutuhan setiap individu.

Tuntutan kebutuhan yang semakin beraneka ragam membuka kesempatan bagi produsen untuk menawarkan produknya. Pasar bila kita cermati sekarang ini dipenuhi berbagai macam jenis dan merek barang. Konsumen diuntungkan dengan keadaan ini karena semakin banyak pilihan. Konsumen bisa memilih jenis dan merek barang sesuai kebutuhan dan tingkat penghasilannya.

Semakin banyak pilihan membuat konsumen semakin selektif dalam memilih suatu barang yang akan dibelinya. Seorang konsumen dalam melakukan pembelian akan berusaha untuk mendapatkan barang dengan mutu yang baik akan tetapi dengan harga yang terjangkau. Pola tingkah laku konsumen ini tidak dapat dilepaskan dari bagaimana proses yang mendasari seorang konsumen dalam membeli suatu barang. Keputusan konsumen dalam membeli didasari oleh pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan hasil.

Pola tingkah laku konsumen tersebut patut diperhatikan oleh produsen bila ingin berhasil memasarkan produknya. Selain itu produsen juga perlu mengetahui bahwa konsumen dalam memenuhi kebutuhannya banyak dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, pribadi dan psikologis. Banyak konsumen dalam memenuhi kebutuhannya memilih merek tertentu meskipun dipasaran banyak barang sejenis dengan merek lain.

Perusahaan yang bertujuan memberikan kepuasan tertinggi bagi konsumen, akan berusaha menetapkan suatu strategi pemasaran yang sesuai dengan

kebutuhan dan keinginan konsumen. Upaya ke arah itu dilakukan melalui studi atau penelitian dengan maksud mencari sejumlah informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk. Informasi yang di dapat dari hasil studi tersebut dapat dijadikan masukan bagi perusahaan untuk mengambil sejumlah keputusan, antara lain tentang kombinasi marketing mix yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen dan media apakah yang paling efektif digunakan untuk menyampaikan pesan perusahaan.

Seperti yang disebutkan di muka semakin berkembangnya kehidupan manusia menuntut interaksi antara manusia yang satu dengan manusia yang lain. Tentunya interaksi ini perlu ditunjang oleh sarana transportasi yang cukup memadai. Sepeda motor merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Banyaknya merek sepeda motor yang ditawarkan akan membuat konsumen memilih di antara merek-merek yang ditawarkan untuk mencari kepuasan tertinggi.

1.2 Perumusan Masalah

Tingkat persaingan yang semakin ketat dewasa ini membuat para produsen semakin mempertimbangkan aspek konsumen di dalam menjual produknya. Demikian juga para produsen sepeda motor dituntut untuk selalu berinovasi dan membuat terobosan-terobosan baru agar bisa bersaing dengan produsen lainnya.

Bila kita lihat begitu banyak merek sepeda motor yang ada dipasaran dengan harga yang bervariasi antara merek yang satu dengan merek yang lainnya. Tiga merek sepeda motor yang banyak dibeli oleh konsumen di Kotamadya Mojokerto adalah Honda, Suzuki dan Yamaha. Berdasarkan uraian-uraian yang dikemukakan di atas maka penelitian ini ingin mengkaji beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepeda motor.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. apakah variabel-variabel atribut produk, pendapatan, pelayanan, bonus, dan



kelompok referensi mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepeda motor dengan merek tertentu ?

2. seberapa besarkah derajat hubungan antara variabel-variabel atribut produk, pendapatan, pelayanan, bonus, dan kelompok referensi terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepeda motor dengan merek tertentu.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. untuk mengetahui ada pengaruh dari variabel-variabel atribut produk, pendapatan, pelayanan, bonus, dan kelompok referensi terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepeda motor
2. untuk mengetahui derajat hubungan variabel-variabel atribut produk, pendapatan, pelayanan, bonus, dan kelompok referensi terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepeda motor

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi penjual atau dealer sepeda motor mengenai perilaku konsumen di dalam membeli sepeda motor, sehingga pihak penjual dapat menetapkan strategi pemasaran yang tepat yang dituangkan dalam bentuk kebijakan-kebijakan antara lain : tentang penetapan segmen pasar, kombinasi marketing mix yang menguntungkan dan pemilihan media promosi yang menguntungkan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Identifikasi Variabel Penelitian

Berdasarkan pokok masalah yang telah dikemukakan, maka variabel yang diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. variabel bebas, meliputi antara lain : produk, pendapatan, pelayanan, bonus dan kelompok referensi.

2. Variabel tergantung adalah perilaku konsumen dengan indikator keputusan pembelian sepeda motor dengan merek tertentu.

1.5.2 Definisi Operasional

1. Produk

Variabel produk yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah unsur-unsur yang terdapat di dalam sepeda motor. Variabel produk dikategorikan sebagai berikut :

- a. Jenis sepeda motor
- b. Pemakaian bahan bakar
- c. Harga jual kembali

2. Pendapatan

Pendapatan yang dimaksud adalah apakah dalam pembelian sepeda motor konsumen memperhatikan aspek pendapatannya. Ini berkaitan dengan :

- a. cara pembelian
- b. uang muka
- c. tingkat bunga
- d. jangka waktu cicilan.

3. Pelayanan

Pelayanan yang dimaksud adalah cara deale melayani konsumen dengan titik pokok penelitian antara lain :

- a. prosedur pembelian
- b. kecakapan pegawai dealer
- c. garansi yang diberikan
- d. suku cadang.

4. Bonus

Bonus yang dimaksud adalah hadiah yang diterima oleh pembeli dari pihak dealer.

5. Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah anggota atau kelompok masyarakat, antara lain : teman, tetangga dan pramuniaga yang bisa memberikan pengaruh kepada konsumen dalam pembelian sepeda motor.

1.5.3 Obyek Penelitian dan Pengambilan Sampel

1. Obyek Penelitian

Penelitian ini meneliti perilaku konsumen yang membeli sepeda motor di Kotamadya Mojokerto.

2. Pengambilan Sampel

Sampel penelitian di ambil dengan menggunakan metode cluster sampling bertahap. Dalam hal ini pengambilan sampel dilakukan secara bertahap berdasarkan wilayah-wilayah yang ada : kelurahan, kecamatan dan kabupaten (Singarimbun dan Effendi 1995:167).

Proses pengambilan sampel penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Kotamadya Mojokerto terdiri dari dua kecamatan, yaitu Kecamatan Magersari dan Kecamatan Prajurit Kulon. Kedua kecamatan ini di sebut sampel pertama.
- b. Sampel pertama selanjutnya disebut sebagai populasi sampling kedua. Dari populasi sampling kedua yaitu Kecamatan Magersari dan Kecamatan Prajurit Kulon di tarik tujuh desa sebagai sampel kedua yaitu masing-masing empat kelurahan dari Kecamatan Magersari dan tiga kelurahan dari Kecamatan Prajurit Kulon. Kelurahan yang di pilih yaitu Kelurahan Wates, Balongsari, Kedundung dan Magersari dari Kecamatan Magersari. Sedangkan Kelurahan Kranggan, Miji dan Mentikan dari Kecamatan Prajurit Kulon. Kelurahan-kelurahan tersebut selanjutnya disebut populasi sampling ketiga.
- c. Berdasarkan populasi sampling ketiga diambil sejumlah keluarga secara acak sebagai sampel ketiga. Berdasarkan survey awal

diperoleh data sejumlah keluarga yang memiliki sepeda motor di lima kelurahan tersebut sebagai berikut:

- 1) Kelurahan Wates sejumlah 547 kepala keluarga
- 2) Kelurahan Kedundung sejumlah 372 kepala keluarga
- 3) Kelurahan Balongsari sejumlah 243 kepala keluarga
- 4) Kelurahan Kranggan sejumlah 468 kepala keluarga
- 5) Kelurahan Miji sejumlah 291 kepala keluarga.

Sampel ketiga ditarik dengan menggunakan sampel fraction 10 % sehingga diperoleh jumlah sampel penelitian sebagai berikut :

- 1) Kelurahan Wates sejumlah 55 kepala keluarga
- 2) Kelurahan Kedundung sejumlah 37 kepala keluarga
- 3) Kelurahan Balongsari sejumlah 24 kepala keluarga
- 4) Kelurahan Kranggan sejumlah 47 kepala keluarga
- 5) Kelurahan Miji sejumlah 29 kepala keluarga.

Sehingga total responden sebesar 192 kepala keluarga yang selanjutnya dibulatkan menjadi 200 responden.

1.5.4 Metode Pengumpulan Data

1. wawancara, dilakukan dengan pihak-pihak tertentu untuk memperoleh data yang bisa digunakan untuk membantu penelitian, misalnya dengan Kantor Kecamatan Magersari dan Prajurit Kulon Kotamadya Mojokerto, Kantor Statistik Kotamadya Mojokerto, dan dengan responden untuk menunjang data dari kuesioner.
2. kuesioner, di mana peneliti memberikan daftar pertanyaan kepada responden.

1.5.5 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif dan data kuantitatif.

2. Sumber Data

- a. data primer, merupakan data yang bersumber dari pihak pertama, misalnya dari hasil kuesioner.

- b. data sekunder, merupakan data yang bersumber dari pihak kedua, misalnya data Kantor Statistik Kotamadya Mojokerto dan data dari Kantor Kecamatan Magersari dan Prajurit Kulon.

1.5.6 Teknik Pengukuran Data

Untuk dapat mengukur atau memberikan nilai yang tepat untuk konsep yang diamati yang harus diketahui adalah mengenai tingkat pengukuran. Melalui daftar pertanyaan yang diperoleh dari masing-masing item dalam setiap variabel yang dijadikan chi-square dan koefisien kontingensi menggunakan kriteria sebagai berikut :

1. bila jawaban a nilai 3
2. bila jawaban b nilai 2
3. bila jawaban c nilai 1

1.5.7 Analisis Data

1. untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti dengan keputusan pembelian sepeda motor merek tertentu digunakan metode analisis Chi-Square dengan formulasi sebagai berikut (Hadi, 1992 :317)

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

keterangan :

X^2 = Chi-square

f_o = frekuensi yang diperoleh dari sampel

f_h = frekuensi yang diharapkan dalam sampel sebagai pencerminan dari populasi

Chi-square ini menggunakan level of significant= 0,05

nilai f_h dapat diketahui dengan cara :

$$f_h = \frac{(nk) (ng)}{N}$$

keterangan :

nk = jumlah kategori

ng = jumlah golongan

N = jumlah sampel yang dianalisis

untuk mengetahui tingkat kepercayaan digunakan :

$$db = (b - 1) (k - 1)$$

keterangan :

db = derajat bebas

b = banyaknya baris

k = banyaknya kolom

Kriteria yang digunakan adalah :

- a. jika X^2 hitung $>$ X^2 tabel, maka ada hubungan diantara dua faktor yang diuji
 - b. jika X^2 hitung \leq X^2 tabel, berarti tidak ada hubungan diantara dua faktor yang diuji
2. untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dengan keputusan pembelian sepeda motor digunakan coefisien contingensi (Hadi, 1992:319) :

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + N}}$$

keterangan :

C = coefisien contingensi

N = jumlah sampel yang diambil

X^2 = chi-square

Untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan diantara dua variabel dapat dilihat dengan membandingkan nilai C dan C_{maks} . Makin dekat C

kepada C_{maks} maka makin kuat hubungan antara variabel tersebut
(Sudjana, 1993:192)

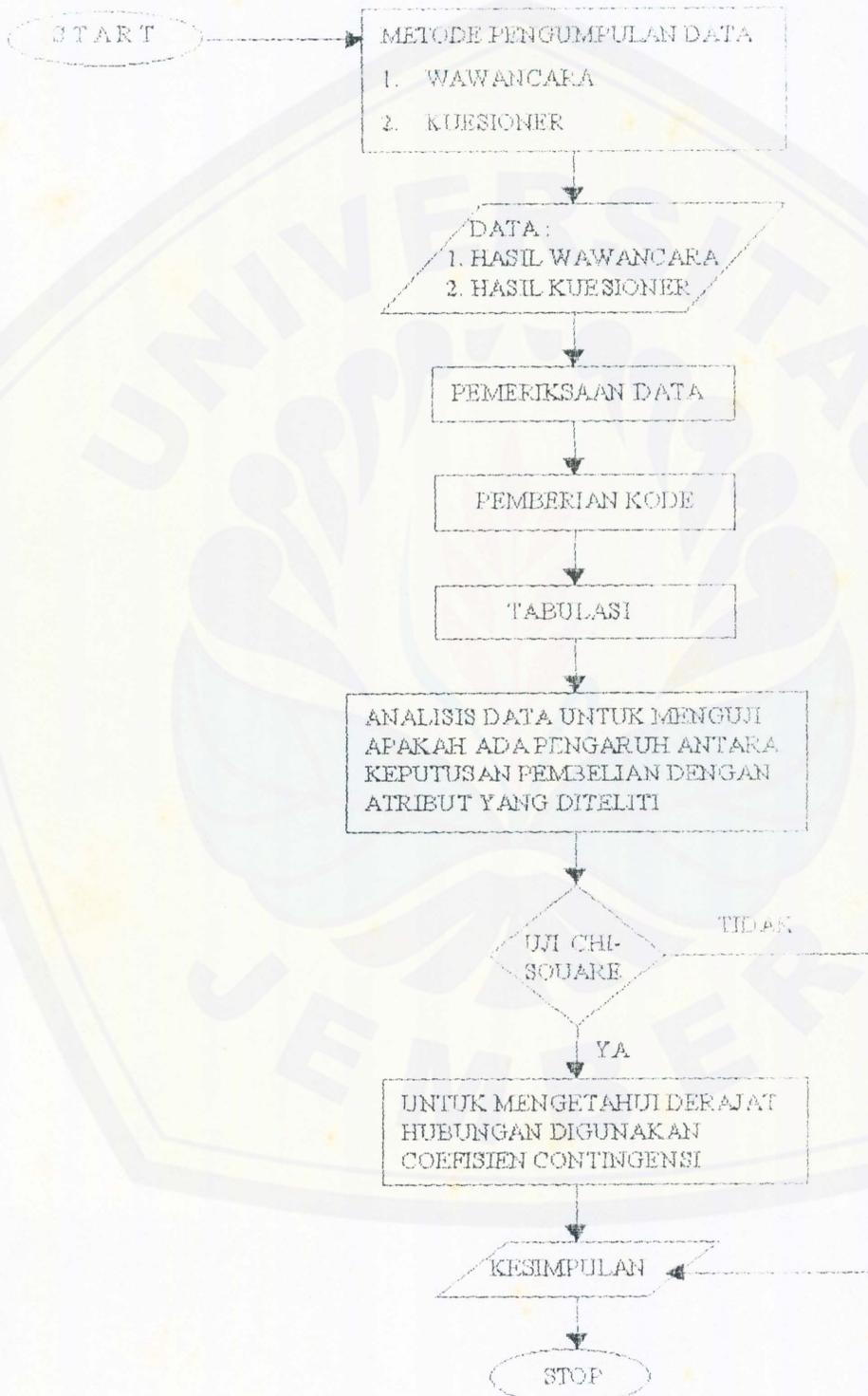
$$C_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

keterangan :

m = banyaknya kategori yang paling kecil diantara dua faktor yang diketahui



1.6 Kerangka Pemecahan Masalah



Keterangan Kerangka Pemecahan Masalah :

1. melakukan kegiatan pengumpulan data dengan melakukan wawancara dan kuesioner
2. hasil yang diperoleh dari kegiatan pengumpulan data berupa data kuantitatif dan kualitatif yang bersumber dari hasil wawancara dan kuesioner
3. pemeriksaan data untuk mengetahui apakah daftar pertanyaan yang telah diterima kembali dari responden mengandung kekeliruan atau tidak
4. pemberian kode yang mengidentifikasi jenis jawaban atau fakta yang memberikan karakteristik tersendiri dan menyusunnya dalam kelompok klasifikasi
5. tabulasi data yaitu perhitungan dan klasifikasi data yang disesuaikan dengan model deskripsinya
6. analisis data untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti dengan keputusan pembelian sepeda motor dengan menggunakan chi-square test
7. apabila ternyata ada pengaruh maka dilanjutkan dengan menghitung seberapa derajat hubungan tersebut dengan menggunakan koefisien kontingensi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Bila kita cermati definisi perilaku konsumen yang diutarakan oleh beberapa ahli, masing-masing definisi memiliki beberapa kesamaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat definisi-definisi yang diutarakan oleh beberapa ahli di bawah ini.

Engel et al (1994:3) mengutarakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Solomon (Triwijaya, 1997:13) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai suatu ilmu tentang proses-proses ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan atau menentukan produk, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Bertolak dari beberapa definisi perilaku konsumen di atas dapat ditarik simpulan bahwa :

1. perilaku konsumen berhubungan dengan proses pengambilan keputusan ;
2. perilaku konsumen merupakan kegiatan dari individu atau kelompok di dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa.

Mempelajari perilaku konsumen tidak hanya mempelajari apa (*what*) yang dibeli atau dikonsumsi, tetapi juga dimana (*where*), bagaimana kebiasaannya (*how often*) dan dalam kondisi macam apa (*under what conditions*) barang dan jasa dibeli oleh konsumen.

2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Setiap individu memiliki perilaku yang berbeda-beda dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Hal ini tidak dapat dilepaskan dari faktor-faktor yang mempengaruhi individu tersebut dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk. Tidak samanya perilaku yang ditunjukkan oleh setiap individu-individu tersebut tersebut dikarenakan perbedaan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Kotler dan Armstrong (1997:144) mengatakan faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Selanjutnya keempat faktor tersebut diuraikan lagi oleh Kotler dan Armstrong sebagai berikut :

1. faktor budaya, meliputi : budaya, sub budaya dan kelas sosial ;
2. faktor sosial, meliputi : kelompok referensi, keluarga dan peranan ;
3. faktor pribadi, meliputi : umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup dan kepribadian ;
4. faktor psikologis, meliputi : motivasi, persepsi, pengetahuan dan keyakinan.

2.2.1 Faktor Budaya

1. Budaya atau Kultur

Stanton (Swastha dan Irawan, 1990:107) membuat simpulan kebudayaan adalah simbol dan fakta yang komplek, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengaiu tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada.

Mc Carthy et al (1995:214) mendefinisikan budaya adalah seperangkat keyakinan, sikap dan cara-cara melakukan sesuatu yang berlaku dalam sekelompok orang yang cukup homogen.

Engel et al (1994:69) berpendapat bahwa budaya mengacu pada seperangkat nilai, gagasan, artefak dan simbol bermakna lainnya yang membantu individu berkomunikasi, membuat tafsiran dan melakukan evaluasi sebagai anggota masyarakat.

Kenyataan menunjukkan bahwa budaya mempengaruhi cara hidup dan perilaku orang. Pengaruh budaya akan selalu berubah setiap waktu dan biasanya berlangsung lambat.

2. Sub Budaya

Sub budaya merupakan bagian dari budaya yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras dan daerah geografis.

3. Kelas Sosial

Hiam dan Schewe (1994:199) membuat definisi kelas sosial adalah sekelompok orang yang relatif permanen dan homogen dalam sebuah masyarakat; anggota-anggota suatu kelas mempunyai nilai, gaya hidup, minat dan perilaku yang serupa.

Kelas sosial bukan saja ditentukan oleh faktor tunggal seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan dan pendidikan. Kelas sosial menunjukkan pemilikan suatu produk dan merek tertentu.

Swastha dan Irawan (1990:107) membagi masyarakat ke dalam tiga golongan kelas sosial, yaitu :

- a. golongan atas, antara lain : pengusaha-pengusaha kaya, pejabat-pejabat tinggi ;
- b. golongan menengah, antara lain : karyawan instansi pemerintah, pengusaha menengah ;
- c. golongan rendah, antara lain : buruh-buruh pabrik, pegawai rendah, tukang becak dan pedagang kecil.

2.2.2 Faktor Sosial

1. Kelompok Referensi

Kelompok acuan (reference group) adalah sekumpulan orang yang mempengaruhi sikap atau perilaku seseorang (Hiam dan Schewe, 1994:201).

Kelompok acuan terdiri dari :

- a. kelompok primer yaitu kelompok yang bersifat informal dimana seseorang secara terus-menerus berinteraksi dengan sesama anggota kelompok , misalnya : keluarga, teman, tetangga ;
- b. kelompok sekunder yaitu kelompok yang bersifat formal dan mempunyai interaksi yang tidak begitu rutin, contohnya : kelompok keagamaan, profesi dan asosiasi perdagangan ;



- c. kelompok aspirasional yaitu kelompok dimana seseorang bukan sebagai anggotanya, namun ingin masuk di dalam kelompok tersebut ;
- d. kelompok disasosiatif yaitu kelompok yang nilai atau perilakunya ditolak oleh seseorang individu.

2. Keluarga

Keluarga menurut Engel et al (1994:194) adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, pernikahan atau adopsi dan tinggal bersama.

Engel et al (1994:193) mengemukakan tiga alasan mengapa keluarga berpengaruh pada pribadi konsumen, yaitu :

- a. keluarga adalah unit pemakaian dan pembelian untuk banyak produk ;
- b. banyak produk dibeli oleh konsumen ganda (dua orang atau lebih) yang bertindak sebagai pengambil keputusan dalam suatu keluarga ;
- c. keputusan pembelian oleh individu sangat dipengaruhi oleh anggota keluarga lain dalam keluarga.

3. Peran dan Status

Posisi seseorang di dalam suatu kelompok baik keluarga maupun organisasi tertentu dapat didefinisikan dengan istilah peran dan status. Suatu peran terdiri dari kegiatan-kegiatan yang diharapkan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran membawa suatu status. Orang-orang mengkonsumsi suatu produk sesuai dengan peran dan status mereka dalam masyarakat.

2.2.3 Faktor Pribadi

1. Umur dan Tahap Daur Hidup

Usia konsumen menentukan jenis barang dan jasa yang dikonsumsi. Selera konsumen biasanya berubah sejalan dengan perubahan usia. Konsumsi juga dipengaruhi oleh tahap-tahap dalam siklus keluarga.

Loudon dan Bitta (Triwijayati, 1997:15) menyusun tahap daur hidup keluarga sebagai berikut :

- a. bachelor stage : muda, belum menikah ;
- b. newly married couples : menikah muda tanpa anak ;
- c. full nest I : pasangan muda dengan anak dibawah umur enam tahun ;
- d. full nest II : pasangan muda dengan anak usia enam tahun atau lebih ;
- e. full nest III : pasangan tua dengan anak yang sudah mandiri ;
- f. empty nest I : pasangan tua tanpa anak ;
- g. empty nest II : pasangan tua dengan yang tidak tinggal bersama, kepala keluarga pensiun ;
- h. solitary survivor I : tua, sendiri, bekerja ;
- i. solitary survivor II : tua, sendiri, pensiun.

Siklus keluarga penting diketahui oleh pemasar untuk mengetahui kebutuhan keluarga, pembelian produk, sumber keuangan dan perbedaan pola konsumsi.

2. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang turut mempengaruhi pola konsumsinya. Tentu saja beda apa yang dibeli oleh seorang direktur perusahaan besar dengan karyawan biasa.

3. Situasi Ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi meliputi pendapatan yang dapat diibejanakan, tabungan dan keluarga, hutang, kemampuan untuk meminjam dan sikap atas belanja atau menabung.

4. Gaya Hidup

Individu-individu yang berasal dari sub budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya (Kotler dan Armstrong, 1997:151).

5. Kepribadian dan Konsep Diri

Swastha dan Irawan (1990:112) membuat rumusan kepribadian sebagai pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertindak laku

Kotler dan Armstrong (1997:153) memberikan penjelasan bahwa kepribadian seseorang biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan, dominasi, otonomi, ketaatan, kemampuan bersosialisasi, daya tahan dan kemampuan beradaptasi.

Faktor lain yang ikut menentukan tingkah laku pembeli adalah konsep diri. Konsep diri merupakan cara bagi seseorang untuk melihat dirinya sendiri dan pada saat yang sama ia mempunyai gambaran tentang orang lain.

2.2.4 Faktor Psikologis

1. Motivasi

Menurut Kotler (1997:154) motif adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak. Motif yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan guna mencapai sasaran kepuasan.

Motif manusia dalam melakukan pembelian guna memuaskan kebutuhan dan keinginannya, dapat dibedakan sebagai berikut :

- a. motif pembelian menurut dasar pengaruh pada proses pembelian, terdiri dari dua macam, yaitu :
 - 1). motif pembelian primer, yaitu motif yang menimbulkan perilaku pembelian terhadap suatu produk tanpa melihai kekhususan produk tersebut ;
 - 2). motif pembelian selektif, yaitu motif yang mempengaruhi keputusan tentang model dan merek dari kelas-kelas produk atau macam penjual yang dipilih untuk suatu pembelian ;
- b. motif pembelian menurut faktor-faktor yang menyebabkan orang membeli, terdiri dari :
 - 1). motif rasional, adalah motif yang didasarkan pada kenyataan-kenyataan seperti yang ditunjukkan oleh suatu produk kepada konsumen, misalnya : kualitas, harga, ukuran, keawetan dan efisiensi dalam penggunaan ;

- 2). motif emosional, adalah motif pembelian yang berkaitan dengan perasaan atau emosi individu, seperti pengungkapan rasa wanita, kebanggaan, kenyamanan, keamanan dan kepraktisan

2. Persepsi

Hiam dan Schewe (1994:212) mengungkapkan persepsi adalah proses pemberian arti oleh seseorang kepada berbagai rangsangan (stimulus) yang diterimanya. Selain kesan oleh alat indera (sensory impressions), persepsi melibatkan penafsiran seseorang atas suatu kejadian berdasarkan pengalaman masa lalunya. Setiap orang memandang situasi yang sama dengan cara yang berbeda-beda. Hal ini disebabkan karena semua stimuli yang masuk melalui panca indera seseorang diinterpretasikan menurut cara masing-masing.

3. Pengetahuan

Sebagian besar perilaku manusia adalah hasil belajar. Ahli teori pembelajaran yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan pengamatan. Tanggapan konsumen sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalunya. Apabila konsumen merasa puas, maka tanggapan akan diperkuat dan ada kecenderungan bahwa tanggapan yang sama akan terulang. Proses pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen merupakan proses belajar. Proses belajar pada suatu pembelian terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan, atau sebaliknya tidak terjadi apabila konsumen merasa dikecewakan oleh produk yang kurang baik.

4. Keyakinan dan Sikap

Keyakinan dan sikap merupakan faktor yang ikut mempengaruhi pandangan dan perilaku pembelian konsumen. Sikap itu sendiri mempengaruhi keyakinan dan keyakinan juga mempengaruhi sikap.

2.3 Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian

Engel et al (1994:31) mengemukakan pendapat bahwa konsumen di dalam penegambilan keputusan pembelian didahului oleh :

1. pengenalan kebutuhan, konsumen mempersepsikan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan ;
2. pencarian informasi, konsumen mencari yang disimpan di dalam ingatan (pencarian internal) atau mendapatkan informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan (pencarian eksternal) ;
3. evaluasi alternatif, konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih ;
4. pembelian, konsumen memperoleh alternatif yang dipilih atau pengganti yang dipilih ;
5. hasil, konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih memenuhi kebutuhan dan harapan segera sesudah digunakan.

Kotler dan Armstrong (1997:162) berpendapat bahwa proses keputusan membeli seorang konsumen melalui lima tahap, yaitu :

1. mengenali kebutuhan, di sini pembeli mengenali adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan nyata dan keadaan yang diinginkan;
2. pencarian informasi, seorang konsumen yang tergerak oleh stimuli akan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi ;
3. evaluasi alternatif, bagaimana konsumen memproses informasi mengenai merek yang bersaing dan membuat pertimbangan nilai terakhir. Konsumen membentuk preferensi di antara merek-merek dalam kelompok pilihan ;
4. keputusan membeli, keputusan pembelian bisa dipengaruhi oleh sikap orang lain atau situasi yang tidak diharapkan ;
5. tingkah laku pasca pembelian, setelah pembelian suatu produk, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau tidak puas.

Menurut Swastha dan Irawan (1990:119) perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas enam tahap, yaitu :

1. menganalisa keinginan dan kebutuhan ;
2. menilai beberapa sumber yang ada ;
3. menetapkan tujuan pembelian ;
4. mengidentifikasi alternatif pembelian ;
5. mengambil keputusan untuk membeli ;
6. perilaku sesudah pembelian.

Sebagaimana pendapat dari beberapa ahli di atas nampak bahwa proses keputusan pembelian konsumen umumnya terdiri dari lima tahap yang dimulai dari tahap pengenalan kebutuhan dan diakhiri dengan tahap perilaku setelah pembelian. Di sini terlihat bahwa proses keputusan pembelian dilakukan baik sebelum pembelian maupun setelah pembelian aktual terjadi.

Tahap-tahap proses pembelian menyiratkan bahwa konsumen melalui semua tahap tersebut dalam membeli suatu produk. Hal ini umumnya terjadi bilamana konsumen menghadapi pembelian baru. Untuk pembelian rutin mungkin konsumen melewatkan atau mengurangi tahap-tahap tertentu.

2.4 Jenis Perilaku Pembelian

Pengambilan keputusan konsumen bervariasi dengan jenis keputusan pembelian. Terdapat perbedaan besar antara membeli sabun mandi dan pasta gigi dengan membeli sebuah televisi dan mobil. Pembelian yang mahal dan kompleks melibatkan lebih banyak pertimbangan pembeli.

2.4.1 Perilaku Pembelian Yang Kompleks

Perilaku pembelian kompleks akan terjadi bila para konsumen terlibat dalam suatu pembelian dan menyadari perbedaan nyata di antara berbagai merek. Jenis pembelian ini biasanya terjadi dalam pembelian berharga mahal, pembelian produk yang jarang dibeli, pembelian produk yang mengandung resiko tinggi bila

dan memilih sebuah produk tanpa terlalu banyak evaluasi dan proses evaluasinya dilakukan selama barang tersebut dikonsumsi. Untuk selanjutnya konsumen mungkin membeli merek yang lain karena bosan dengan merek sebelumnya. Peralihan merek terjadi karena adanya alasan variasi dan bukan karena ketidakpuasan.

2.5 Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data penelitian untuk menjawab permasalahan pengaruh atribut yang diteliti terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepeda motor digunakan analisis Chi-Square. Menurut Kerlinger (Singarimbun dan Effendi, 1995:287) untuk interpretasi data nominal dari tabel, sebaiknya dihitung Kai-Kuadrat, koefisien kontingensi (atau statistik lain) dan juga persentase dalam tabel. Analisis Chi-Square formulasinya sebagai berikut (Hadi, 1992:317) :

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

keterangan :

X^2 = Chi- Square

f_o = frekuensi yang diperoleh dari sampel

f_h = frekuensi yang diharapkan dalam sampel sebagai pencerminan dari populasi

Chi-Square ini menggunakan level of significant = 0,05

Nilai f_h dapat diketahui dengan cara :

$$f_h = \frac{(nk)(ng)}{N}$$

keterangan :

nk = jumlah kategori

ng = jumlah golongan

N = jumlah sampel yang dianalisis

untuk mengetahui tingkat kepercayaan digunakan :

$$db = (b - 1)(k - 1)$$

keterangan :

db = derajat bebas

b = banyaknya baris

k = banyaknya kolom

Ada beberapa syarat yang perlu diperhatikan jika peneliti ingin menghitung Kai- Kuadrat, yaitu :

1. tidak boleh dipakai untuk sampel yang kurang dari dua puluh ;
2. frekuensi teoritis minimum harus lima dalam setiap kotak untuk tabel 2x2 (dua kolom, dua baris) untuk tabel yang lebih besar delapan puluh persen harus lima atau lebih (ini berarti sebelum Kai-Kuadrat dihitung, frekuensi teoritis pada setiap kotak dalam tabel perlu dihitung). Jika syarat ini tidak dipenuhi, beberapa kolom atau beris perlu digabung ;
3. suatu kotak tidak boleh mempunyai frekuensi kurang dari satu. (Singarimbun dan Effendi, 1995:288)

Untuk mengetahui derajat hubungan antara atribut yang diteliti dengan keputusan pembelian sepeda motor digunakan koefisien kontingensi (Hadi, 1992:319) dengan rumus sebagai berikut :

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + N}}$$

keterangan :

C = koefisien kontingensi

N = jumlah sampel yang diambil

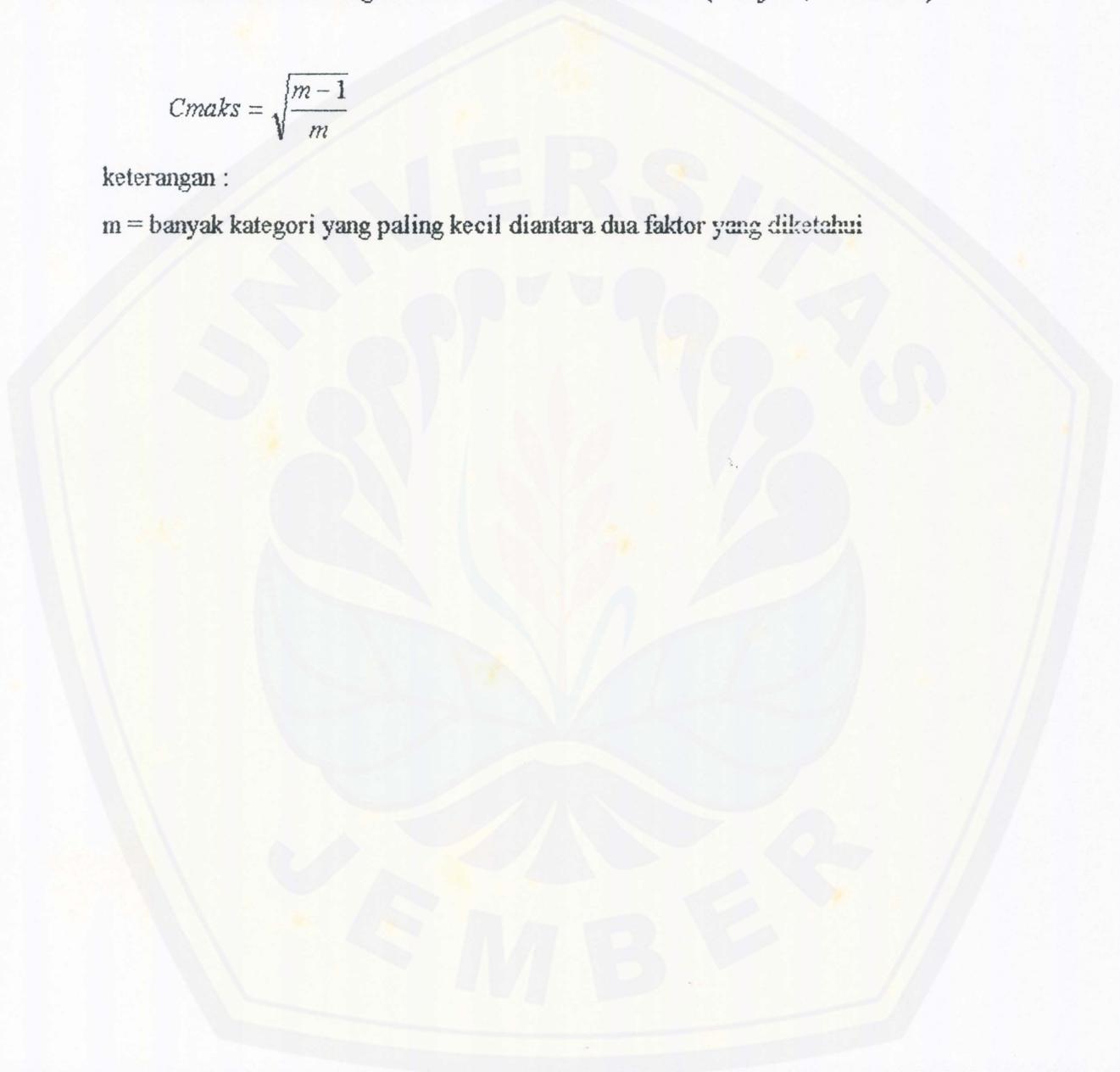
X^2 = chi-square

Kuat atau lemahnya hubungan yang ada diantara dua faktor dapat dilihat dengan jalan membandingkan nilai C dan C_{maks} yang bersangkutan. Makin dekat C kepada C_{maks} makin kuat hubungan antara dua variabel tersebut (Sudjana, 1993:192)

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

keterangan :

m = banyak kategori yang paling kecil diantara dua faktor yang diketahui



III. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Kotamadya Mojokerto

3.1.1 Letak Geografis dan Keadaan Alam Kotamadya Mojokerto

Secara geografis Kotamadya Mojokerto terbentang pada $7^{\circ} 33' \text{LS}$ dan $112^{\circ} 28' \text{BT}$. Kotamadya Mojokerto mempunyai ketinggian rata-rata 22 meter di atas permukaan laut.

Kotamadya Mojokerto mempunyai luas wilayah 1.646,54 hektar. Luas wilayah tersebut terdiri dari tanah sawah 672,01 hektar dan tanah kering 974,53 hektar. Tanah kering terdiri dari tanah pekarangan, bangunan dan halaman sekitar 25,733 hektar, tegal dan kebun 15,679 hektar dan lain-lain 18,4 hektar. Kotamadya Mojokerto terbagi dalam 2 kecamatan, 18 desa, 65 dusun, 159 rukun warga dan 569 rukun tetangga.

Secara administrasi Kotamadya Mojokerto berbatasan dengan :

- a) sebelah utara : Sungai Brantas ;
- b) sebelah timur dan selatan : Kecamatan Puri Kabupaten Mojokerto ;
- c) sebelah selatan dan barat : Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto.

3.1.2 Pembagian Wilayah Kerja Kotamadya Mojokerto

Kotamadya Mojokerto terbagi dalam dua kecamatan, yaitu Kecamatan Magersari dan Kecamatan Prajurit Kulon. Kecamatan Magersari sendiri memiliki sepuluh desa sedangkan Kecamatan Prajurit Kulon memiliki delapan desa.

Pembagian wilayah kerja Kotamadya Mojokerto untuk Kecamatan Magersari dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Pembagian Wilayah Kerja Kecamatan Magersari Kotamadya Mojokerto

No	Nama Desa	Jumlah Dusun	Jumlah RW	Jumlah RT
1.	Gunung Gedangan	4	9	33
2.	Meri	4	10	34
3.	Kedundung	5	12	43
4.	Wates	6	14	51
5.	Magersari	3	7	28
6.	Purwotengah	2	6	21
7.	Sentanan	3	8	30
8.	Jagalan	3	7	23
9.	Balongsari	4	11	42
10.	Gedongan	2	5	19

Sumber : Kantor Kecamatan Magersari

Sedangkan pembagian wilayah kerja di Kecamatan Prajurit Kulon dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Pembagian Wilayah Kerja Kecamatan Prajurit Kulon Kotamadya Mojokerto

No	Nama Desa	Jumlah Dusun	Jumlah RW	Jumlah RT
1.	Pulorejo	4	9	32
2.	Prajurit Kulon	4	10	32
3.	Surodinawan	2	6	22
4.	Mentikan	3	8	29
5.	Kauman	3	6	24
6.	Blooto	3	6	22
7.	Miji	5	12	40
8.	Kranggan	5	13	43

Sumber : Kantor Kecamatan Prajurit Kulon

3.1.3 Keadaan Demografis Kotamadya Mojokerto

Berdasarkan data yang ada sampai dengan bulan Oktober 1999 jumlah penduduk Kotamadya Mojokerto adalah 107.337 jiwa, terdiri dari 52.532 penduduk laki-laki dan 54.805 penduduk perempuan.

Tabel 3 Jumlah Penduduk Kotamadya Mojokerto Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Kecamatan	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1.	Magersari	29.787	31.020	60.807
2.	Prajurit Kulon	22.745	23.785	46.530
	Jumlah	53.532	54.805	107.337

Sumber : Kantor Kecamatan Magersari dan Prajurit Kulon, Oktober 1999

Untuk pembagian penduduk Kotamadya Mojokerto berdasarkan penggolongan usia dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Jumlah Penduduk Kotamadya Mojokerto Berdasarkan Penggolongan Usia

No.	Penggolongan Usia	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	0 - 5 tahun	10.528	9,81
2.	6 - 16 tahun	23.375	21,78
3.	17 - 25 tahun	18.171	16,93
4.	26 - 55 tahun	43.516	40,54
5.	56 tahun keatas	11.747	10,94
Jumlah		107.337	100

Sumber : Kantor Kecamatan Magersari dan Prajurit Kulon, Oktober 1999

3.1.4 Perekonomian Penduduk Kotamadya Mojokerto

Berikut ini data mengenai keadaan ekonomi penduduk Kotamadya Mojokerto yang diambil dari pengeluaran perkapita sebulan sampai dengan bulan Desember 1998.

Tabel 5 Penduduk Kotamadya Mojokerto Menurut Golongan Pengeluaran Perkapita Sebulan

No.	Pengeluaran Perkapita Sebulan	Jumlah Penduduk	Persentase (%)
1.	Rp 30.000,00 - 39.999,00	0	0
2.	Rp 40.000,00 - 59.999,00	1.878	2,57
3.	Rp 60.000,00 - 79.999,00	11.129	15,21
4.	Rp 80.000,00 - 99.999,00	17.442	23,86
5.	Rp 100.000,00 - 149.999,00	17.416	23,81
6.	Rp 150.000,00 - 199.999,00	8.519	11,65
7.	Rp 200.000,00 - 249.999,00	10.255	14,02
8.	Rp 300.000,00 lebih	6.492	8,88
Jumlah		73.131	100

Sumber : Kantor Statistik Kotamadya Mojokerto, Desember 1998

3.2 Gambaran Umum Kecamatan Magersari

3.2.1 Keadaan Demografis Kecamatan Magersari

Kecamatan Magersari sampai dengan bulan Oktober 1999 berpenduduk 60.807 jiwa, terdiri dari 29.787 penduduk laki-laki dan 31.020 penduduk perempuan yang tersebar di sepuluh desa. Untuk jelasnya dapat dilihat Tabel 6.

Tabel 6 Jumlah Penduduk Kecamatan Magersari Per Desa Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Nama Desa	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1.	Gunung Gedangan	2.276	2.367	4.643
2.	Meri	2.292	2.293	4.585
3.	Kedundung	4.548	4.624	9.172
4.	Wates	7.864	8.032	15.896
5.	Magersari	3.143	3.541	6.684
6.	Purwotengah	1.151	1.191	2.342
7.	Sentan	1.512	1.591	3.103
8.	Jagalan	1.600	1.791	3.391
9.	Balongsari	4.132	4.317	8.409
10.	Gedongan	1.269	1.273	2.542
Jumlah		29.787	31.020	60.807

Sumber : Kantor Kecamatan Magersari, Oktober 1999

Apabila jumlah penduduk tersebut dikelompokkan berdasarkan usia maka akan terlihat bahwa di Kecamatan Magersari 39,05 % penduduk berusia diantara 26 sampai 55 tahun. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7 Jumlah Penduduk Kecamatan Magersari Berdasarkan Usia

No	Penggolongan Usia	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	0 - 5 tahun	6.725	11,06
2.	6 - 16 tahun	13.230	21,76
3.	17 - 25 tahun	9.845	16,19
4.	26 - 55 tahun	23.748	39,05
5.	56 tahun ke atas	7.263	11,94
Jumlah		60.807	100

Sumber : Kantor Kecamatan Magersari, Oktober 1999

3.2.2 Jenis Pekerjaan Penduduk Kecamatan Magersari

Mengenai perekonomian penduduk Kecamatan Magersari khususnya mata pencaharian penduduknya akan didapati keanekaragaman. Tabel 8 berikut akan nampak jelas mata pencaharian penduduk Kecamatan Magersari.

Tabel 8 Jenis Pekerjaan Penduduk Kecamatan Magersari

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Petani	3.341	10,06
2.	Pengusaha Sedang / Besar	17	0,05
3.	Pengrajin / Indusri Kecil	348	1,05
4.	Buruh Industri	3.983	11,98
5.	Buruh Bangunan	1.276	3,84
6.	Pedagang	5.856	20,64
7.	Pengangkutan	1.538	4,63
8.	Pegawai Negeri Sipil	6.898	17,75
9.	ABRI	2.019	6,08
10.	Pensiunan	7.752	23,33
11.	Peternak	196	0,59
Jumlah		33.224	100

Sumber : Kantor Kecamatan Magersari, Oktober 1999

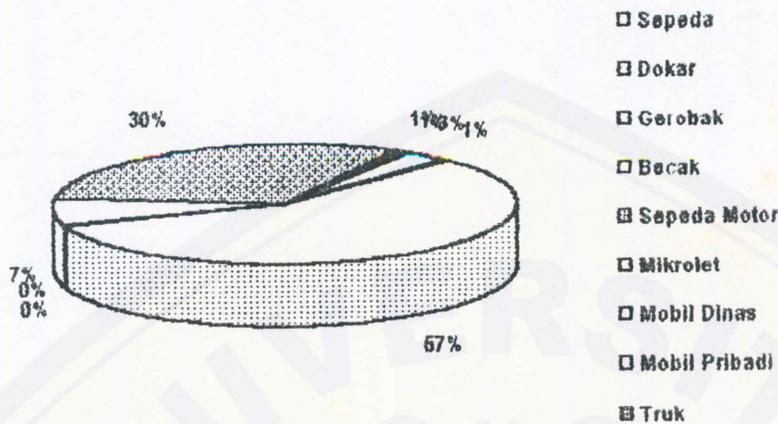
3.2.3 Jenis Angkutan Lokal

Data menunjukkan bahwa 57,33 % sepeda dimiliki oleh penduduk di Kecamatan Magersari. Ini memperlihatkan bahwa separuh penduduk di Kecamatan Magersari menggunakan sepeda sebagai alat transportasi. Alat transportasi kedua yang paling banyak digunakan adalah sepeda motor.

Tabel 9 Jenis Angkutan Lokal Di Kecamatan Magersari

No	Jenis Angkutan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sepeda	6.922	57,33
2.	Dokar	35	0,02
3.	Gerobak	19	0,16
4.	Becak	868	7,19
5.	Sepeda Motor	3.678	30,46
6.	Mikrolet	72	0,60
7.	Mobil Dinas	70	0,58
8.	Mobil Pribadi	367	3,04
9.	Truk	75	0,62
Jumlah		12.074	100

Sumber : Kantor Kecamatan Magersari , Oktober 1999



Grafik 1 jenis Kendaraan Lokal Di Kecamatan Magersari

Sumber : Kantor Kecamatan Magersari, Oktober 1999

3.3 Gambaran Umum Kecamatan Prajurit Kulon

3.3.1 Keadaan Demografis Kecamatan Prajurit Kulon

Berdasarkan data sampai dengan bulan Oktober 1999 Kecamatan Prajurit Kulon berpenduduk 46.530 jiwa yang terdiri dari 22.745 penduduk laki-laki dan 23.785 penduduk perempuan tersebar di delapan desa.

Tabel 10 Jumlah Penduduk Kecamatan Prajurit Kulon Per Desa Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Nama Desa	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1.	Pulorejo	2.422	2.553	4.975
2.	Prajurit Kulon	2.395	2.398	4.793
3.	Surodinawan	1.710	1.745	3.455
4.	Mentikan	2.688	2.877	5.565
5.	Kauman	1.977	2.196	4.173
6.	Blooto	1.807	1.910	3.717
7.	Miji	4.330	4.638	8.968
8.	Kranggan	5.416	5.468	10.884
Jumlah		22.745	23.785	46.530

Sumber : Kantor Kecamatan Prajurit Kulon, Oktober 1999

Tabel 11 Jumlah Penduduk Kecamatan Prajurit Kulon Berdasarkan Usia

No	Penggolongan Usia	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	0 - 5 tahun	3.804	8,17
2.	6 - 16 tahun	10.147	21,81
3.	17 - 25 tahun	8.326	17,89
4.	26 - 55 tahun	19.769	42,49
5.	56 tahun keatas	4.484	9,64
Jumlah		46.530	100

Sumber : Kantor Kecamatan Prajurit Kulon, Oktober 1999

3.3.2 Jenis Pekerjaan Penduduk Kecamatan Prajurit Kulon

Tabel 12 dibawah ini menunjukkan bahwa 23,59 % penduduk Kecamatan Prajurit Kulon bermatapencarian sebagai pedagang. Selebihnya tersebar pada berbagai jenis pekerjaan.

Tabel 12 Jenis Pekerjaan Penduduk Kecamatan Prajurit Kulon

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Petani	2.631	9,47
2.	Pengusaha Sedang / Besar	8	0,03
3.	Pengrajin / Industri Kecil	413	1,49
4.	Buruh Industri	3.786	13,63
5.	Buruh Bangunan	927	3,34
6.	Pedagang	6.552	23,59
7.	Pengangkutan	1.043	3,75
8.	Pegawai Negeri Sipil	4.196	15,10
9.	ABRI	2.253	8,11
10.	Pensiunan	5.748	20,69
11.	Peternak	223	0,80
Jumlah		27.780	100

Sumber : Kantor Kecamatan Prajurit Kulon, Oktober 1999

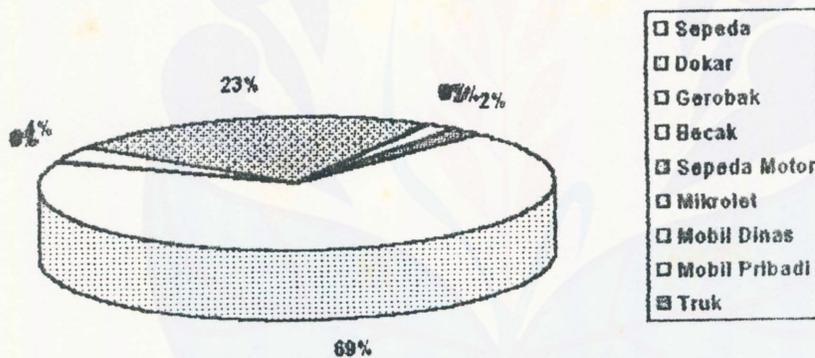
3.3.3 Jenis Angkutan Lokal

Seperti halnya di Kecamatan Magersari, penduduk di Kecamatan Prajurit Kulon sebagian besar menggunakan sepeda sebagai alat transportasi. Sepeda motor urutan nomor dua yang paling banyak digunakan sebagai alat transportasi.

Tabel 13 Jenis Angkutan Lokal Di Kecamatan Prajurit Kulon

No	Jenis Angkutan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sepeda	7.361	68,29
2.	Dokar	27	0,25
3.	Gerobak	41	0,38
4.	Becak	390	3,62
5.	Sepeda Motor	2.518	23,36
6.	Mikrolet	25	0,23
7.	Mobil Dinas	10	0,09
8.	Mobil Pribadi	210	1,94
9.	Truk	198	1,84
Jumlah		10.780	100

Sumber : Kantor Kecamatan Prajurit Kulon, Oktober 1999



Grafik 2 Jenis Kendaraan Lokal Di Kecamatan Prajurit Kulon

Sumber : Kantor Kecamatan Prajurit Kulon, Oktober 1999

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Penentuan Responden

Berdasarkan metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode cluster sampling bertahap ditetapkan sebanyak dua ratus responden. Setelah diteliti jawaban yang diberikan responden kesemuanya memenuhi syarat.

Responden yang dipilih adalah kepala keluarga yang mempunyai sepeda motor dengan merek yang telah ditentukan yaitu : Honda, Suzuki dan Yamaha. Ketiga merek tersebut dipilih karena ketiga merek tersebut paling banyak dipilih oleh masyarakat. Apabila responden memiliki sepeda motor lebih dari satu maka merek sepeda motor yang digunakan dalam jawaban responden adalah sepeda motor yang terakhir dibeli karena responden diharapkan masih mengetahui motif-motif membeli sepeda motor tersebut.

4.2 Karakteristik Dari Hasil Kuesioner

4.2.1 Karakteristik Hasil Kuesioner Variabel Produk

Distribusi frekuensi pendapat responden atas pertanyaan yang diajukan untuk variabel produk dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Produk

Produk	Keputusan Pembelian Sepeda Motor			Jumlah	Persentase (%)
	Honda	Suzuki	Yamaha		
Baik	54	23	12	89	44,5
Cukup Baik	25	44	18	87	43,5
Kurang Baik	3	4	17	24	12
Jumlah	82	71	47	200	100

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan jawaban dari responden ternyata sepeda motor merek Honda paling banyak dimiliki oleh responden, disusul oleh Suzuki dan Yamaha. Lengkapnya 82 responden memiliki sepeda motor Honda, 71 responden memiliki sepeda motor Suzuki dan 47 responden yang memiliki sepeda motor Yamaha.

Sebanyak 44,5% responden menyatakan produk sepeda motor yang ada saat ini sudah baik. Variabel produk ini berkaitan dengan pemakaian bahan bakar, model dan perawatannya. Sebesar 44,5% responden terlihat bahwa yang paling banyak memberikan jawaban baik adalah responden dari merek Honda. Ini disebabkan karena responden menilai Honda merupakan sepeda motor yang irit bahan bakar. Jawaban dari hasil kuesioner memperlihatkan bahwa tanggapan responden terhadap produk sepeda motor secara umum sudah baik.

Selain itu sebanyak 186 responden menyatakan lebih menyukai warna hitam dalam membeli sepeda motor, sedangkan sisanya tidak mempersoalkan warna. Alasan responden lebih senang memilih warna hitam dalam membeli sepeda motor disebabkan karena faktor usia. Responden berpendapat bahwa warna hitam cocok untuk segala usia, lain halnya dengan warna merah atau hijau yang lebih cenderung cocok untuk anak muda. Alasan lain yang diberikan responden adalah warna hitam lebih mudah diperbaiki apabila ada kerusakan

Tabel 15 Selera Konsumen Dalam Memilih Warna Sepeda Motor

No.	Jenis Warna	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1.	Warna Hitam	186	93
2.	Warna Lain	14	7
Jumlah		200	100

Sumber : Lampiran 3

Untuk jenis sepeda motor sebanyak 169 responden menyatakan bahwa lebih menyukai sepeda motor jenis bebek. Alasan yang diberikan responden adalah sepeda motor jenis ini dapat digunakan oleh semua anggota keluarga dan mudah penggunaannya.

Tabel 16 Jenis Sepeda Motor Yang Dipilih Responden

No.	Jenis Sepeda Motor	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1.	Jenis Bebek	169	84,5
2.	Jenis Laki	31	15,5
Jumlah		200	100

Sumber : Lampiran 2

4.2.2 Karakteristik Hasil Kuesioner Variabel Pendapatan

Distribusi frekuensi pendapat responden atas pertanyaan yang diajukan untuk variabel pendapatan dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Pendapatan

Pendapatan	Keputusan Pembelian Sepeda Motor			Jumlah	Persen tase (%)
	Honda	Suzuki	Yamaha		
Mempertimbangkan	34	51	39	124	62
Cukup Mempertimbangkan	42	19	7	68	34
Kurang Mempertimbangkan	6	1	1	8	4
Jumlah	82	71	47	200	100

Sumber : Lampiran 6

Untuk variabel kelima yaitu pendapatan yang menjadi pokok penelitian adalah apakah responden di dalam membeli sepeda motor mempertimbangkan besarnya pendapatan yang dipunyai oleh responden dan apakah ada kebijakan dari pihak dealer tentang sistem pembayaran dengan melihat besarnya pendapatan pembeli. Hasil kuesioner menyebutkan bahwa 62% responden menyatakan bahwa pendapatan yang mereka peroleh menjadi pertimbangan di dalam membeli sepeda motor dan responden memberikan jawaban bahwa pihak dealer memberikan semacam kebijakan tertentu tentang sistem pembayaran kepada calon pembeli. Kebijakan yang dimaksud adalah pemberian tingkat bunga, besarnya angsuran, besarnya uang muka kepada pengambil kredit sepeda motor yang berprofesi tertentu. Menurut responden ada dealer yang memberikan kebijakan yang berbeda antara pengambil kredit dari pegawai negeri, ABRI, swasta dan pensiunan. Fakta ini menunjukkan bahwa ada kebijakan tertentu dari pihak dealer terhadap besarnya pendapatan dari pembeli.

Berdasarkan hasil kuesioner ternyata dua ratus responden di dalam membeli sepeda motor menggunakan kredit. Alasan utama dari mereka memilih cara kredit karena disesuaikan dengan tingkat penghasilan.

Tabel 18 Jawaban Responden Atas Sistem Pembelian Sepeda Motor

No	Sistem Pembelian	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1.	Kredit	200	100
2.	Tunai	0	0
	Jumlah	200	100

Sumber : Lampiran 5

Tabel 17 di atas diketahui bahwa 54% responden berpendapat bahwa harga yang ditetapkan oleh dealer baik itu Honda, Suzuki dan Yamaha adalah biasa. Ini menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan oleh masing-masing dealer sepeda motor dari ketiga merek tersebut hampir sama, baik itu suku bunganya, uang muka, besarnya angsuran dan jangka waktu pembayaran.

Tabel 19 Pengelompokan Responden Berdasarkan Besarnya Pendapatan

No	Besarnya Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Kurang dari Rp 300.000,00	9	4,5
2.	Rp 300.000,00 - Kurang dari Rp 500.000,00	88	44
3.	Rp 500.000,00 - Kurang dari Rp 700.000,00	66	33
4.	Lebih dari Rp 700.000,00	37	18,5
	Jumlah	200	100

Sumber : Lampiran 9

Tabel 20 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pegawai Negeri Sipil	98	49
2.	ABRI	24	12
3.	Swasta	50	25
4.	Pensiunan	28	14
	Jumlah	200	100

Sumber : Lampiran 10

Berdasarkan hasil kuesioner ternyata dua ratus responden di dalam membeli sepeda motor menggunakan kredit. Alasan utama dari mereka memilih cara kredit karena disesuaikan dengan tingkat penghasilan.

4.2.3 Karakteristik Hasil Kuesioner Variabel Pelayanan

Distribusi frekuensi pendapat responden atas pertanyaan yang diajukan untuk variabel pelayanan dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Pelayanan

Pelayanan	Keputusan Pembelian Sepeda Motor			Jumlah	Persentase (%)
	Honda	Suzuki	Yamaha		
Baik	61	14	29	104	52
Cukup	19	51	10	80	40
Kurang	2	6	8	16	8
Jumlah	82	71	47	200	100

Sumber : Lampiran 7

Untuk variabel ketiga adalah pelayanan, ini berkaitan dengan cara pegawai dealer melayani pembeli, prosedur yang ditetapkan dan pelayanan setelah pembelian. Tabel 21 di atas menunjukkan bahwa 52% responden memberikan jawaban bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak dealer sudah baik. Sedangkan 8% responden memberikan jawaban bahwa pelayanan yang diberikan masih kurang baik. Alasan yang diberikan oleh responden adalah ketika pembelian pihak dealer kurang memberikan pelayanan yang baik sedangkan responden lainnya memberikan alasan dikarenakan ketika membeli responden harus menunggu waktu yang lama untuk memperoleh sepeda motor yang diinginkan sebab pihak dealer tidak mempunyai stok sepeda motor yang sesuai dengan keinginan responden.

4.2.4 Karakteristik Hasil Kuesioner Variabel Bonus

Distribusi frekuensi pendapat responden atas pertanyaan yang diajukan terhadap variabel keempat yaitu bonus dapat dilihat pada Tabel 22.

Tabel 22 Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Variabel Bonus

Bonus	Keputusan Pembelian Sepeda Motor			Jumlah	Persentase (%)
	Honda	Suzuki	Yamaha		
Mempertimbangkan	29	37	31	97	48,5
Cukup Mempertimbangkan	42	29	10	81	40,5
Kurang Mempertimbangkan	11	5	6	22	11
Jumlah	82	71	47	200	100

Sumber : Lampiran 8

Untuk variabel keempat yaitu bonus yang menjadi pokok penelitian adalah apakah responden di dalam membeli sepeda motor juga mempertimbangkan bonus yang biasanya diberikan oleh pihak dealer dan apakah menurut mereka bonus yang diberikan oleh dealer sudah sesuai. Ternyata 48,5% responden menyatakan bahwa

mereka mempertimbangkan bonus yang diberikan oleh dealer di dalam membeli sepeda motor dan menyatakan bahwa bonus yang diberikan oleh dealer sudah sesuai. Sedangkan 11% responden memberikan jawaban tidak mempertimbangkan sama sekali bonus yang diberikan oleh dealer. Penyebab utama adalah responden di dalam membeli sepeda motor lebih melihat kepada produknya dan kefanatikan mereka pada salah satu merek sepeda motor.

4.2.5 Karakteristik Hasil Kuesioner Variabel Kelompok Referensi

Distribusi hasil pendapat responden atas pertanyaan yang diajukan tentang variabel kelompok referensi dapat dilihat pada Tabel 23.

Tabel 23 Distribusi Pendapat Responden Atas Pertanyaan Kelompok Referensi

Kel. Referensi	Keputusan Pembelian Sepeda Motor			Jumlah	Persentase (%)
	Honda	Suzuki	Yamaha		
Mempengaruhi	49	25	18	92	46
Cukup Mempengaruhi	28	39	22	89	44,5
Kurang Mempengaruhi	5	7	7	19	9,5
Jumlah	82	71	47	200	100

Sumber : Lampiran 11

Untuk variabel kelompok referensi yang diteliti dari responden adalah apakah responden di dalam membeli sepeda motor ada pengaruh dari kelompok referensinya yaitu dari teman, tetangga atau wiraniaga dan apakah ada di antara teman dan tetangga responden ada yang mempunyai sepeda motor sama dengan yang dipunyai oleh responden. Berdasarkan Tabel 24 di atas menunjukkan 46% responden menyatakan ada pengaruh dari kelompok referensinya. Hasil kuesioner juga menyebutkan bahwa 9,5% responden menyatakan kurang terpengaruh kelompok referensinya di dalam membeli sepeda motor. Alasan yang diberikan oleh responden adalah mereka memilih merek sepeda motor tersebut cenderung karena menyukai produknya.

4.3 Hasil Chi-Square Dan Koefisien Kontingensi

4.3.1 Hasil Chi-Square Dan Koefisien Kontingensi Variabel Produk Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

1. Hasil Chi-Square Variabel Produk Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

Distribusi frekuensi pendapat responden atas pertanyaan yang diajukan untuk variabel produk dapat dilihat pada Tabel 14.

Hasil dari perhitungan (lampiran 12) diperoleh nilai $\chi^2 = 53,62$; dengan menggunakan derajat kebebasan (db) = (3-1) (3-1) = 4 dan level of significant = 0,05 ; maka dari tabel statistik distribusi chi-square diketahui nilai χ^2 tabel 9,48773. Ternyata nilai χ^2 hitung lebih besar daripada nilai χ^2 tabel maka kesimpulannya ada pengaruh yang significant antara variabel produk dan keputusan pembelian sepeda motor.

2. Koefisien Kontingensi Variabel Produk Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

Berdasarkan hasil chi-square menunjukkan ada pengaruh antara variabel produk dan keputusan pembelian sepeda motor maka untuk mengetahui derajat hubungan antara dua hal tersebut digunakan koefisien kontingensi.

$$\begin{aligned} C &= \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}} \\ &= \sqrt{\frac{53,62}{53,62 + 200}} \\ &= 0,46 \end{aligned}$$

Untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan yang ada antara variabel produk dan keputusan pembelian sepeda motor dapat dilihat dengan membandingkan nilai C dan C maks.

$$\begin{aligned} C_{maks} &= \sqrt{\frac{m-1}{m}} \\ &= \sqrt{\frac{3-1}{3}} \\ &= 0,816 \end{aligned}$$

Perbandingan nilai C dan C maks menunjukkan derajat hubungan yang kuat antara variabel produk dan keputusan pembelian sepeda motor. Ini berarti variabel produk mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

4.3.2 Hasil Chi-Square Dan Koefisien Kontingensi Variabel Pendapatan Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

1. Hasil Chi-Square Variabel Pendapatan Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

Distribusi frekuensi pendapat responden atas pertanyaan yang diajukan untuk variabel pendapatan dapat dilihat pada Tabel 17.

Hasil perhitungan (lampiran 13) diperoleh nilai $\chi^2 = 40,5$; dengan menggunakan derajat kebebasan (db) = $(3-1) (3-1) = 4$ dan level of significant = 0,05 ; maka dari tabel statistik distribusi chi-square diketahui nilai χ^2 tabel 9,48773. Ternyata nilai χ^2 hitung lebih besar daripada nilai χ^2 tabel maka kesimpulannya ada pengaruh yang significant antara variabel pendapatan dan keputusan pembelian sepeda motor.

2. Koefisien Kontingensi Variabel Pendapatan Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

Berdasarkan hasil chi-square menunjukkan ada pengaruh antara variabel pendapatan dan keputusan pembelian sepeda motor maka untuk mengetahui derajat hubungan antara dua hal tersebut digunakan koefisien kontingensi.

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}}$$

$$= \sqrt{\frac{40,5}{40,5 + 200}}$$

$$= 0,41$$

Untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan yang ada antara variabel pendapatan dan keputusan pembelian sepeda motor dapat dilihat dengan membandingkan nilai C dan C maks.

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$= \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$= 0,816$$

Perbandingan nilai C dan C maks menunjukkan derajat hubungan yang cukup kuat antara variabel harga dan keputusan pembelian sepeda motor. Ini berarti variabel harga mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

4.3.3 Hasil Chi-Square Dan Koefisien Kontingensi Variabel Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

1. Hasil Chi-Square Variabel Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

Distribusi frekuensi pendapat responden atas pertanyaan yang diajukan untuk variabel pelayanan dapat dilihat pada Tabel 21.

Hasil dari perhitungan (lampiran 14) diperoleh nilai $\chi^2 = 59,76$; dengan menggunakan derajat kebebasan (db) = (3-1) (3-1) = 4 dan level of significant = 0,05 ; maka dari tabel statistik distribusi chi-square dapat diketahui nilai χ^2 tabel 9,48773. Ternyata nilai χ^2 hitung lebih besar daripada nilai χ^2 tabel maka kesimpulannya ada pengaruh yang significant antara variabel pelayanan dan keputusan pembelian sepeda motor.

2. Koefisien Kontingensi Variabel Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

Berdasarkan hasil chi-square menunjukkan ada pengaruh antara variabel pelayanan dan keputusan pembelian sepeda motor maka untuk mengetahui derajat hubungan antara dua hal tersebut digunakan koefisien kontingensi.

$$\begin{aligned} C &= \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}} \\ &= \sqrt{\frac{59,76}{59,76 + 200}} \\ &= 0,48 \end{aligned}$$

Untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan yang ada antara variabel pelayanan dan keputusan pembelian sepeda motor dapat dilihat dengan membandingkan nilai C dan C maks.

$$\begin{aligned} C_{maks} &= \sqrt{\frac{m-1}{m}} \\ &= \sqrt{\frac{3-1}{3}} \\ &= 0,816 \end{aligned}$$

Perbandingan nilai C dan C maks menunjukkan derajat hubungan yang kuat antara variabel pelayanan dan keputusan pembelian sepeda motor. Ini berarti variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

4.3.4 Hasil Chi-Square Dan Koefisien Kontingensi Variabel Bonus Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

1. Hasil Chi-Square Variabel Bonus Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

Distribusi frekuensi pendapat responden atas pertanyaan yang diajukan untuk variabel bonus dapat dilihat pada Tabel 22.

Hasil dari perhitungan (lampiran 15) diperoleh nilai $\chi^2 = 14,252$; dengan menggunakan derajat kebebasan (db) = $(3-1) (3-1) = 4$ dan level of significant = 0,05 ; maka dari tabel statistik distribusi chi-square diketahui nilai χ^2 tabel 9,48773. Ternyata nilai χ^2 hitung lebih besar daripada nilai χ^2 tabel maka kesimpulannya ada pengaruh yang significant antara variabel bonus dan keputusan pembelian sepeda motor.

2. Koefisien Kontingensi Variabel Bonus Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

Berdasarkan hasil chi-square menunjukkan ada pengaruh antara variabel bonus dan keputusan pembelian sepeda motor maka untuk mengetahui derajat hubungan antara dua hal tersebut digunakan koefisien kontingensi.

$$\begin{aligned} C &= \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}} \\ &= \sqrt{\frac{14,252}{14,252 + 200}} \\ &= 0,26 \end{aligned}$$

Untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan yang ada antara variabel bonus dan keputusan pembelian sepeda motor dapat dilihat dengan membandingkan nilai C dan C maks.

$$\begin{aligned} C_{maks} &= \sqrt{\frac{m-1}{m}} \\ &= \sqrt{\frac{3-1}{3}} \\ &= 0,816 \end{aligned}$$

Perbandingan nilai C dan C maks menunjukkan derajat hubungan yang lemah antara variabel bonus dan keputusan pembelian sepeda motor. Ini berarti variabel bonus mempunyai pengaruh yang kecil terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

4.3.5 Hasil Chi-Square Dan Koefisien Kontingensi Variabel Kelompok Referensi Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

1. Hasil Chi-Square Variabel Kelompok Referensi Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

Distribusi frekuensi pendapat responden atas pertanyaan yang diajukan untuk variabel kelompok referensi dapat dilihat pada Tabel 23.

Hasil dari perhitungan (lampiran 16) diperoleh nilai $\chi^2 = 11,049$; dengan menggunakan derajat kebebasan (db) = $(3-1)(3-1) = 4$ dan level of significant = 0,05 ; maka dari tabel statistik distribusi chi-square nilai χ^2 tabel 9,48773. Ternyata nilai χ^2 hitung lebih besar daripada nilai χ^2 tabel maka kesimpulannya ada pengaruh yang significant antara variabel kelompok referensi dan keputusan pembelian sepeda motor.

2. Koefisien Kontingensi Variabel Kelompok Referensi Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

Berdasarkan hasil chi-square menunjukkan ada pengaruh antara variabel kelompok referensi dan keputusan pembelian sepeda motor maka untuk mengetahui derajat hubungan antara dua hal tersebut digunakan koefisien kontingensi.

$$\begin{aligned} C &= \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}} \\ &= \sqrt{\frac{11,049}{11,049 + 200}} \\ &= 0,23 \end{aligned}$$

Untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan yang ada antara variabel kelompok referensi dan keputusan pembelian sepeda motor dapat dilihat dengan membandingkan nilai C dan C maks.

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$= \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$= 0,816$$

Perbandingan nilai C dan C maks menunjukkan derajat hubungan yang lemah antara variabel kelompok referensi dan keputusan pembelian sepeda motor. Ini berarti variabel kelompok referensi mempunyai pengaruh yang kecil terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

4.4 Preferensi Konsumen Sepeda Motor Di Kotamadya Mojokerto

Dari jawaban responden dan berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan Chi-Square dan Koefisien Kontingensi memperlihatkan bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh dan derajat hubungan yang paling besar pada keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor di Kotamadya Mojokerto. Ini memperlihatkan bahwa konsumen sepeda motor Kotamadya Mojokerto lebih menghendaki preferensi atas pelayanan di dalam membeli sepeda motor. Konsumen sepeda motor di Kotamadya Mojokerto lebih menitikberatkan pada aspek pelayanan. Dimana aspek pelayanan ini terkait dengan dengan prosedur pembelian, pelayanan purna beli dan suku cadang yang dapat dipeoleh dengan mudah oleh konsumen.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data pada bab empat di muka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. dari analisis chi-square ternyata variabel produk, pendapatan, pelayanan, bonus dan kelompok referensi mempunyai pengaruh yang significant terhadap keputusan pembelian sepeda motor. Variabel yang mempunyai pengaruh yang significant diurutkan dari yang paling besar, sebagai berikut :
 - a. pelayanan
 - b. produk
 - c. pendapatan
 - d. bonus
 - e. kelompok referensi
2. dengan menggunakan koefisien kontingensi dapat diurutkan kelima variabel tersebut berdasarkan besarnya derajat hubungannya, sebagai berikut :
 - a. derajat hubungan antara variabel pelayanan dengan keputusan pembelian sepeda motor sebesar 0,48. Ini menunjukkan bahwa pelayanan mempunyai hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian sepeda motor
 - b. derajat hubungan antara variabel produk dengan keputusan pembelian sepeda motor sebesar 0,46. Ini menunjukkan bahwa variabel produk mempunyai hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian sepeda motor
 - c. derajat hubungan antara variabel pendapatan dengan keputusan pembelian sepeda motor sebesar 0,41. Ini berarti variabel pendapatan mempunyai hubungan yang cukup kuat terhadap keputusan pembelian sepeda motor
 - d. derajat hubungan antara variabel bonus dengan keputusan pembelian sepeda motor sebesar 0,26. Ini berarti variabel bonus mempunyai hubungan yang kecil terhadap keputusan pembelian sepeda motor

- e. derajat hubungan antara variabel kelompok referensi dan keputusan pembelian sepeda motor sebesar 0,23. Ini menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi mempunyai hubungan yang kecil terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil simpulan di atas, maka sebagai saran adalah :

1. pihak dealer hendaknya memperhatikan aspek pelayanan, yang sebaiknya tidak hanya ketika terjadi pembelian saja tetapi setelah purna beli pihak dealer tetap memberikan pelayanan yang baik
2. agar berhasil memasarkan produknya pihak dealer hendaknya tetap menjaga kualitas produk yang dijualnya, memperhatikan aspek pendapatan dari konsumen dengan memberikan kebijakan soal harga yang dapat merangsang konsumen membeli sepeda motor, memberikan bonus yang sesuai dan mengetahui bagaimana pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan seorang konsumen dalam membeli sepeda motor.

DAFTAR PUSTAKA

- Engel, James F. Roger D Blalckwell dan Paul W Miniard. 1992. *Perilaku Konsumen Jilid I*. Terjemahan F.X Budiyanto (1994). Jakarta : Binarupa Aksara
- Hadi, Sutrisno. 1992. *Statistika II*. Jakarta : Andi Offset
- Hiani, Alexander dan Charles D. Schewe. 1994. *The Portable MBA : Pemasaran*. Jakarta : Binarupa Aksara
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran (Principles of Marketing 7e) : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol Jilid I*. Terjemahan Alexander Sindoro (1997). Jakarta : Prehallindo
- Mc. Carthy, E.J dan William D. Perreault. Jr. 1993. *Intisari Pemasaran : Sebuah Ancangan Manajerial Global Jilid I*. Terjemahan Agus Maulana (1995). Jakarta : Binarupa Aksara
- Pride, William M dan O. C Ferrel. 1995. *Pemasaran : Teori Dan Praktek Sehari-hari*. Jakarta : Binarupa Aksara
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Soeratno, Lincoln Arsyad. 1995. *Metodologi Penelitian : Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : UPP AMP YKPN
- Sudjana. 1993. *Statistika Untuk Ekonomi dan Niaga II*. Tarsito. Bandung
- Swastha, Basu DH dan Irawan. 1990. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty
- Triwijaya, Anna. "Pengaruh Keluarga Dalam Perilaku Konsumen ". *Dalam Jurnal Ilmiah Widya Mandala*. (September, 1997). No.006-007. Surabaya. P.13-21

DAFTAR PERTANYAAN

IDENTITAS RESPONDEN

No.

Nama : -----
Alamat : -----
Umur : -----
Pekerjaan : -----
Penghasilan : -----

I. VARIABEL PRODUK

1. Mohon disebutkan merek sepeda motor Anda (apabila Anda mempunyai sepeda motor lebih dari satu mohon disebutkan yang terakhir dibeli) ?

2. Sepeda motor jenis apa yang Anda punyai ?
 - A. Jenis bebek
 - B. Jenis laki
3. Sepeda motor warna apa yang Anda sukai ?
 - A. Warna hitam
 - B. Warna lainnya
4. Apakah model sepeda motor yang dibeli sudah sesuai dengan keinginan Anda ?
 - A. sudah sesuai
 - B. cukup sesuai
 - C. kurang sesuai
5. Menurut Anda apakah sepeda motor yang dibeli irit bahan bakar ?
 - A. irit
 - B. biasa
 - C. boros
6. Bagaimana harga jual kembali merek sepeda motor yang Anda beli ?
 - A. lebih tinggi dari merek lain
 - B. sama atau hampir sama dengan merek lain
 - C. lebih rendah dari merek lain

II. VARIABEL PENDAPATAN

1. Dengan melihat besarnya pendapatan Anda cara apa yang Anda gunakan dalam membeli sepeda motor ?
 - A. kredit
 - B. tunai
2. Apabila Anda menggunakan cara tunai dalam membeli sepeda motor, mohon jawablah pertanyaan berikut :

Bagaimana pendapat Anda tentang harga yang ditetapkan oleh pihak dealer ?

 - A. murah (lebih rendah dari dealer yang lain)
 - B. biasa (sama dengan dealer yang lain)
 - C. mahal (lebih tinggi dari dealer yang lain)
3. Apabila Anda menggunakan cara kredit dalam membeli sepeda motor, mohon jawablah pertanyaan berikut :
 - i. Bagaimana menurut Anda uang muka yang ditetapkan oleh pihak dealer ?
 - A. ringan
 - B. biasa
 - C. memberatkan
 - ii. Bagaimana pendapat Anda tentang tingkat bunga yang ditetapkan oleh pihak dealer ?
 - A. rendah
 - B. biasa
 - C. tinggi
 - iii. Bagaimana pendapat Anda tentang jangka waktu cicilan yang ditetapkan oleh pihak dealer ?
 - A. menguntungkan
 - B. cukup menguntungkan
 - C. kurang menguntungkan

III. VARIABEL PELAYANAN

1. Bagaimana menurut Anda prosedur untuk membeli sepeda motor ?
 - A. mudah
 - B. biasa
 - C. sulit

2. Bagaimana pendapat Anda tentang kecakapan pegawai dealer dalam melayani ?
 - A. terampil
 - B. cukup terampil
 - C. kurang terampil
3. Setelah Anda membeli sepeda motor, bagaimana garansi yang diberikan oleh pihak dealer ?
 - A. memuaskan
 - B. cukup memuaskan
 - C. kurang memuaskan

IV. VARIABEL BONUS

1. Apakah bonus yang diberikan oleh pihak dealer juga Anda jadikan pertimbangan di dalam membeli sepeda motor ?
 - A. mempertimbangkan
 - B. cukup mempertimbangkan
 - C. kurang mempertimbangkan
2. Bagaimana menurut Anda bonus yang diberikan oleh pihak dealer ?
 - A. baik
 - B. biasa
 - C. kurang

V. VARIABEL KELOMPOK REFERENSI

1. Apakah ada di antara teman atau tetangga anda yang juga membeli sepeda motor yang sama mereknya dengan sepeda motor yang Anda miliki ?
 - A. banyak (lebih dari sepuluh orang)
 - B. cukup (antara empat sampai sepuluh orang)
 - C. sedikit (kurang dari empat orang)
2. Apakah Anda dalam membeli sepeda motor tersebut dipengaruhi oleh pihak lain (teman, tetangga, wiraniaga) ?
 - A. terpengaruh
 - B. cukup terpengaruh
 - C. kurang terpengaruh

Lampiran 2 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Jenis Sepeda Motor

Res	Jenis Sepeda Motor		Res	Jens Sepeda Motor		Res	Jenis Sepeda Motor	
	Laki	Bebek		Laki	Bebek		Laki	Bebek
1.		x	42.		x	82.		x
2.		x	43.		x	83.		x
3.	x		44.	x		84.		x
4.		x	45.		x	85.		x
5.		x	46.		x	86.	x	
6.		x	47.		x	87.		x
7.		x	48.	x		88.		x
8.		x	49.		x	89.		x
9.		x	50.		x	90.		x
10.		x	51.		x	91.		x
11.		x	52.		x	92.	x	
12.		x	53.		x	93.		x
13.		x	54.	x		94.		x
14.		x	55.		x	95.		x
15.		x	56.		x	96.		x
16.	x		57.		x	97.		x
17.		x	58.		x	98.		x
18.		x	59.		x	99.		x
19.		x	60.	x		100.		x
20.		x	61.		x	101.	x	
21.		x	62.		x	102.		x
22.		x	63.		x	103.		x
23.		x	64.		x	104.		x
24.		x	65.		x	105.		x
25.	x		66.	x		106.		x
26.		x	67.		x	107.		x
27.		x	68.		x	108.		x
28.		x	69.		x	109.	x	
29.		x	70.		x	110.		x
30.		x	71.		x	111.		x
31.	x		72.	x		112.		x
32.		x	73.		x	113.		x
33.		x	74.		x	114.		x
34.		x	75.		x	115.	x	
35.		x	76.	x		116.		x
36.		x	77.		x	117.	x	
37.		x	78.		x	118.		x
38.		x	79.		x	119.		x
40.		x	80.		x	120.		x
41.		x	81.		x	121.		x

Lanjutan Lampiran 2

Res	Jenis Sepeda Motor		Res.	Jenis Sepeda Motor		Res.	Jenis Sepeda Motor	
	Laki	Bebek		Laki	Bebek		Laki	Bebek
122		x	150		x	179		x
123	x		151	x		180		x
124		x	152		x	181		x
125		x	153		x	182		x
126		x	154		x	183		x
127		x	155		x	184	x	
128		x	156		x	185	x	
129		x	157		x	186		x
130		x	158		x	187		x
131		x	159		x	188		x
132		x	160		x	189		x
133		x	161		x	190		x
134		x	162		x	191		x
135		x	163		x	192		x
136		x	164		x	193		x
137		x	165		x	194		x
138		x	166	x		195		x
139	x		168		x	196		x
140		x	169		x	197		x
141		x	170		x	198	x	
142		x	171	x		199		x
143		x	172		x	200	x	
144	x		173		x			
145		x	174		x			
146		x	175	x				
147	x		176		x			
148		x	177	x				
149		x	178		x			

Sumber : Hasil Kuesioner, Diolah

Keterangan :

1. Responden yang memiliki sepeda motor jenis laki sebanyak 31 ;
2. Responden yang memiliki sepeda motor jenis bebek sebanyak 169.

Lampiran 3 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Warna Sepeda Motor

Res	Warna Sepeda Motor		Res	Warna Sepeda Motor		Res	Warna Sepeda Motor	
	Hitam	Warna lain		Hitam	Warna Lain		Hitam	Warna Lain
1.	x		42.	x		82.	x	
2.	x		43.	x		83.		x
3.	x		44.	x		84.	x	
4.	x		45.	x		85.	x	
5.	x		46.	x		86.	x	
6.	x		47.	x		87.	x	
7.	x		48.	x		88.	x	
8.	x		49.	x		89.		x
9.	x		50.	x		90.	x	
10.	x		51.		x	91.	x	
11.	x		52.	x		92.	x	
12.	x		53.	x		93.	x	
13.		x	54.	x		94.	x	
14.	x		55.	x		95.	x	
15.	x		56.	x		96.	x	
16.	x		57.	x		97.		x
17.	x		58.		x	98.	x	
18.		x	59.	x		99.	x	
19.	x		60.	x		100.	x	
20.	x		61.	x		101.	x	
21.	x		62.	x		102.	x	
22.	x		63.	x		103.	x	
23.	x		64.	x		104.	x	
24.	x		65.	x		105.	x	
25.	x		66.	x		106.	x	
26.	x		67.	x		107.	x	
27.	x		68.		x	108.	x	
28.	x		69.	x		109.	x	
29.	x		70.	x		110.	x	
30.	x		71.	x		111.	x	
31.	x		72.	x		112.	x	
32.	x		73.	x		113.	x	
33.	x		74.	x		114.	x	
34.	x		75.	x		115.	x	
35.	x		76.	x		116.	x	
36.	x		77.	x		117.	x	
37.		x	78.	x		118.	x	
38.	x		79.	x		119.		x
40.	x		80.	x		120.	x	
41.	x		81.	x		121.	x	

Lanjutan Lampiran 3

Res	Warna Sepeda Motor		Res.	Warna Sepeda Motor		Res.	Warna Sepeda Motor	
	Hitam	Warna Lain		Hitam	Warna Lain		Hitam	Warna Lain
122	x		150	x		179	x	
123	x		151	x		180	x	
124	x		152	x		181		x
125	x		153	x		182	x	
126		x	154	x		183	x	
127	x		155	x		184	x	
128	x		156		x	185	x	
129	x		157	x		186	x	
130	x		158	x		187	x	
131	x		159	x		188	x	
132	x		160	x		189	x	
133	x		161	x		190	x	
134	x		162	x		191	x	
135	x		163	x		192	x	
136	x		164	x		193		x
137	x		165	x		194	x	
138	x		166	x		195	x	
139	x		168	x		196	x	
140	x		169	x		197	x	
141	x		170	x		198	x	
142	x		171	x		199	x	
143	x		172	x		200	x	
144	x		173	x				
145	x		174	x				
146	x		175	x				
147	x		176					
148	x		177	x				
149	x		178	x				

Sumber : Hasil Kuesioner, Diolah

Keterangan :

1. Responden yang senang memilih warna hitam dalam membeli sepeda motor sebanyak 186 ;
2. Responden yang tidak mempersoalkan warna dalam membeli sepeda motor sebanyak 14.

Lampiran 4 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Produk

Res	Pertanyaan				Res	Pertanyaan				Res	Pertanyaan			
	1	2	3	Σ		1	2	3	Σ		1	2	3	Σ
1.	3	3	2	8	42.	3	3	3	9	82.	3	3	3	9
2.	3	3	3	9	43.	3	3	3	9	83.	3	3	3	9
3.	3	3	3	9	44.	2	3	2	7	84.	2	2	2	6
4.	2	3	2	7	45.	3	2	1	6	85.	2	3	1	6
5.	3	2	3	8	46.	2	3	3	8	86.	1	2	2	5
6.	2	3	3	8	47.	3	3	3	9	87.	3	1	3	7
7.	3	1	2	6	48.	2	3	2	7	88.	2	2	3	7
8.	3	3	3	9	49.	2	3	2	7	89.	2	3	2	7
9.	3	3	2	8	50.	3	3	3	9	90.	3	1	3	7
10.	3	3	3	9	51.	3	3	3	9	91.	3	1	2	6
11.	3	3	3	9	52.	3	1	2	6	92.	3	3	3	9
12.	2	1	2	5	53.	3	3	3	9	93.	3	3	3	9
13.	3	1	3	7	54.	3	3	3	9	94.	3	1	2	6
14.	2	3	2	7	55.	3	2	2	7	95.	2	1	2	5
15.	2	2	2	6	56.	2	1	3	6	96.	1	1	2	4
16.	2	3	3	8	57.	3	1	2	6	97.	3	1	2	6
17.	3	3	3	9	58.	2	1	3	6	98.	3	3	3	9
18.	3	2	2	7	59.	3	2	3	8	99.	3	3	3	9
19.	3	3	2	8	60.	3	2	3	8	100.	2	1	3	6
20.	2	1	3	6	61.	2	3	2	7	101.	3	3	3	9
21.	3	1	2	6	62.	1	2	2	5	102.	3	2	2	7
22.	3	3	3	9	63.	2	1	1	5	103.	3	1	3	7
23.	3	3	3	9	64.	3	3	3	9	104.	3	2	3	8
24.	2	3	2	7	65.	3	3	3	9	105.	2	3	3	8
25.	3	3	3	9	66.	2	3	2	7	106.	2	1	2	5
26.	3	1	2	6	67.	2	3	2	7	107.	2	2	2	6
27.	3	1	2	6	68.	3	3	3	9	108.	3	3	3	9
28.	3	2	2	7	69.	3	3	3	9	109.	3	3	3	9
29.	3	1	2	6	70.	3	3	3	9	110.	3	3	3	9
30.	3	3	3	9	71.	3	1	3	7	111.	3	2	2	7
31.	3	3	3	9	72.	2	3	2	7	112.	2	3	2	7
32.	2	1	2	5	73.	1	2	2	5	113.	3	2	2	7
33.	2	3	2	7	74.	2	1	2	5	114.	3	2	3	8
34.	3	2	3	8	75.	3	3	3	9	115.	3	1	2	6
35.	2	3	3	8	76.	3	1	3	7	116.	2	1	3	6
36.	3	3	3	9	77.	3	1	3	7	117.	2	1	2	5
37.	2	1	2	5	78.	3	3	3	9	118.	3	2	2	7
38.	1	1	2	4	79.	3	3	3	9	119.	3	3	3	9
40.	2	3	2	7	80.	2	3	2	7	120.	3	3	3	9
41.	3	1	2	6	81.	3	2	2	7	121.	3	2	2	7

Lanjutan Lampiran 4

Res	Pertanyaan				Res.	Pertanyaan				Res.	Pwertanyaan			
	1	2	3	Σ		1	2	3	Σ		1	2	3	Σ
122	3	3	3	9	150	3	3	3	9	178	2	2	1	5
123	3	1	2	6	151	3	3	3	9	179	3	3	2	8
124	2	1	3	6	152	3	3	3	9	180	3	3	2	8
125	2	3	2	7	153	3	2	2	7	181	3	1	2	6
126	3	3	3	9	154	2	3	2	7	182	3	1	2	6
127	3	3	3	9	155	2	3	2	7	183	2	1	3	6
128	3	3	3	9	156	2	3	2	7	184	3	2	2	7
129	3	1	3	7	157	3	3	3	9	185	3	3	3	9
130	3	3	3	9	158	3	3	3	9	186	2	3	3	9
131	1	2	2	5	159	3	3	3	9	187	3	3	3	9
132	3	3	3	9	160	3	3	3	9	188	3	2	2	7
133	3	3	3	9	161	3	1	2	6	189	3	3	3	9
134	3	3	3	9	162	3	3	2	8	190	3	1	2	6
135	1	1	2	4	163	3	3	3	9	191	1	2	2	5
136	2	3	2	7	164	2	1	2	5	192	2	1	2	5
137	1	2	3	6	165	2	1	2	5	193	2	2	2	7
138	3	3	3	9	166	3	3	3	9	194	2	3	2	7
139	3	3	3	9	167	3	1	2	6	195	3	2	2	7
140	3	1	3	7	168	3	3	3	9	196	3	3	3	9
141	1	2	2	5	169	2	3	2	7	197	3	3	3	9
142	3	3	3	9	170	3	1	3	7	198	3	2	2	7
143	3	1	2	6	171	2	3	2	7	199	3	2	2	7
144	2	1	3	6	172	2	3	2	7	200	3	2	3	8
145	3	1	3	7	173	3	3	2	8					
146	2	3	2	7	174	3	3	3	9					
147	1	2	2	5	175	2	1	2	5					
148	1	3	2	6	176	3	2	2	7					
149	3	3	3	9	177	1	1	2	7					

Sumber : Hasil Kuesioner, Diolah

Keterangan :

1. Nilai 8-9 kategori baik, sebanyak 89 ;
2. Nilai 6-7 kategori cukup baik, sebanyak 87 ;
3. Nilai 4-5 kategori kurang baik, sebanyak 24.

**Lampiran 5 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Sistem Pembelian
Sepeda Motor**

Res	Sistem Pembelian		Res	Sistem Pembelian		Res	Sistem Pembelian	
	Kredit	Tunai		Kredit	Tunai		Kredit	Tunai
1.	x		42.	x		82.	x	
2.	x		43.	x		83.	x	
3.	x		44.	x		84.	x	
4.	x		45.	x		85.	x	
5.	x		46.	x		86.	x	
6.	x		47.	x		87.	x	
7.	x		48.	x		88.	x	
8.	x		49.	x		89.	x	
9.	x		50.	x		90.	x	
10.	x		51.	x		91.	x	
11.	x		52.	x		92.	x	
12.	x		53.	x		93.	x	
13.	x		54.	x		94.	x	
14.	x		55.	x		95.	x	
15.	x		56.	x		96.	x	
16.	x		57.	x		97.	x	
17.	x		58.	x		98.	x	
18.	x		59.	x		99.	x	
19.	x		60.	x		100.	x	
20.	x		61.	x		101.	x	
21.	x		62.	x		102.	x	
22.	x		63.	x		103.	x	
23.	x		64.	x		104.	x	
24.	x		65.	x		105.	x	
25.	x		66.	x		106.	x	
26.	x		67.	x		107.	x	
27.	x		68.	x		108.	x	
28.	x		69.	x		109.	x	
29.	x		70.	x		110.	x	
30.	x		71.	x		111.	x	
31.	x		72.	x		112.	x	
32.	x		73.	x		113.	x	
33.	x		74.	x		114.	x	
34.	x		75.	x		115.	x	
35.	x		76.	x		116.	x	
36.	x		77.	x		117.	x	
37.	x		78.	x		118.	x	
38.	x		79.	x		119.	x	
40.	x		80.	x		120.	x	
41.	x		81.	x		121.	x	

Lanjutan Lampiran 5

Res	Sistem Pembelian		Res.	Sistem Pembelian		Res.	Sistem Pembelian	
	Kredit	Tunai		Kredit	Tunai		Kredit	Tunai
122	x		150	x		178	x	
123	x		151	x		179	x	
124	x		152	x		180	x	
125	x		153	x		181	x	
126	x		154	x		182	x	
127	x		155	x		183	x	
128	x		156	x		184	x	
129	x		157	x		185	x	
130	x		158	x		186	x	
131	x		159	x		187	x	
132	x		160	x		188	x	
133	x		161	x		189	x	
134	x		162	x		190	x	
135	x		163	x		191	x	
136	x		164	x		192	x	
137	x		165	x		193	x	
138	x		166	x		194	x	
139	x		167	x		195	x	
140	x		168	x		196	x	
141	x		169	x		197	x	
142	x		170	x		198	x	
143	x		171	x		199	x	
144	x		172	x		200	x	
145	x		173	x				
146	x		174	x				
147	x		175	x				
148	x		176	x				
149	x		177	x				

Sumber : Hasil Kuesioner, Diolah

Keterangan :

Responden yang membeli dengan cara kredit sebanyak 200

Lampiran 6 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Pendapat

Res	Pertanyaan			Res	Pertanyaan			Res	Petanyaan		
	1	2	Σ		1	2	Σ		1	2	Σ
1.	3	3	6	42.	3	2	5	82.	3	2	5
2.	3	3	6	43.	2	1	3	83.	3	3	6
3.	3	3	6	44.	3	3	6	84.	3	3	6
4.	3	2	5	45.	3	2	5	85.	3	2	5
5.	3	3	6	46.	2	2	4	86.	3	3	6
6.	3	3	6	47.	3	3	6	87.	3	3	6
7.	2	2	4	48.	3	3	6	88.	3	3	6
8.	3	3	6	49.	3	2	5	89.	3	2	5
9.	3	3	6	50.	3	3	6	90.	3	3	6
10.	2	2	4	51.	3	3	6	91.	3	2	5
11.	2	3	5	52.	2	2	4	92.	2	2	4
12.	3	3	6	53.	3	3	6	93.	3	3	6
13.	3	3	6	54.	3	3	6	94.	3	3	6
14.	3	2	5	55.	3	3	6	95.	3	3	6
15.	3	3	6	56.	2	2	4	96.	3	2	5
16.	3	3	6	57.	3	3	6	97.	3	3	6
17.	3	2	5	58.	3	2	5	98.	3	3	6
18.	3	2	5	59.	3	2	5	99.	2	2	4
19.	3	3	6	60.	3	3	6	100.	3	3	6
20.	3	3	6	61.	3	3	6	101.	3	3	6
21.	3	3	6	62.	2	2	4	102.	3	3	6
22.	3	3	6	63.	2	1	3	103.	3	3	6
23.	2	2	4	64.	3	3	6	104.	3	2	5
24.	2	2	4	65.	2	2	4	105.	2	1	3
25.	2	1	3	66.	3	3	6	106.	3	3	6
26.	3	3	6	67.	3	3	6	107.	3	3	6
27.	3	3	6	68.	3	2	5	108.	3	3	6
28.	3	2	5	69.	3	3	6	109.	3	3	6
29.	2	2	4	70.	3	2	5	110.	2	2	4
30.	3	2	5	71.	3	3	6	111.	3	2	5
31.	3	3	6	72.	3	3	6	112.	2	2	4
32.	3	3	6	73.	3	2	5	113.	3	3	6
33.	3	2	5	74.	3	3	6	114.	3	3	6
34.	3	3	6	75.	3	3	6	115.	3	3	6
35.	3	3	6	76.	3	3	6	116.	3	2	5
36.	3	3	6	77.	2	2	4	117.	3	3	6
37.	3	2	5	78.	3	3	6	118.	2	2	4
38.	3	3	6	79.	3	3	6	119.	3	3	6
40.	3	3	6	80.	3	3	6	120.	2	1	3
41.	3	3	6	81.	2	2	4	121.	3	3	6

Lanjutan Lampiran 6

Res	Pertanyaan			Res.	Pertanyaan			Res.	Pertanyaan		
	1	2	Σ		1	2	Σ		1	2	Σ
122	3	3	6	150	3	2	5	179	2	1	3
123	2	2	4	151	2	1	3	180	3	3	6
124	3	3	6	152	3	2	5	181	3	2	5
125	3	2	5	153	3	3	6	182	3	3	6
126	3	3	6	154	3	3	6	183	2	1	3
127	3	3	6	155	3	3	6	184	3	3	6
128	3	2	5	156	3	2	5	185	3	2	5
129	3	2	5	157	3	3	6	186	3	3	6
130	3	3	6	158	3	3	6	187	3	3	6
131	3	3	6	159	2	2	4	188	2	2	4
132	3	3	6	160	3	3	6	189	3	3	6
133	3	2	5	161	3	3	6	190	3	2	5
134	3	3	6	162	3	3	6	191	2	1	3
135	3	3	6	163	3	2	5	192	3	3	6
136	3	3	6	164	3	3	6	193	3	3	6
137	3	3	6	165	3	3	6	194	3	2	5
138	3	3	6	166	3	3	6	195	3	3	6
139	2	2	4	168	2	2	4	196	3	3	6
140	3	2	5	169	3	3	6	197	3	2	5
141	3	3	6	170	3	3	6	198	3	3	6
142	3	3	6	171	3	3	6	199	3	3	6
143	3	3	6	172	3	3	6	200	2	2	4
144	3	2	5	173	3	3	6				
145	2	2	4	174	3	2	5				
146	3	3	6	175	3	3	6				
147	3	3	6	176	3	3	6				
148	3	2	5	177	2	2	4				
149	3	3	6	178	3	3	8				

Sumber : Hasil Kuesioner, Diolah

Keterangan :

1. Nilai 6 kategori mempertimbangkan, sebanyak 124 ;
2. Nilai 4-5 kategori cukup mempertimbangkan, sebanyak 68 ;
3. Nilai 3 kategori kurang mempertimbangkan, sebanyak 8.

Lampiran 7 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Pelayanan

Res	Pertanyaan				Res	Pertanyaan				Res	Pertanyaan			
	1	2	3	Σ		1	2	3	Σ		1	2	3	Σ
1.	3	3	3	9	42.	3	2	2	7	82.	3	3	2	8
2.	3	3	3	9	43.	3	3	3	9	83.	2	2	2	6
3.	3	3	3	9	44.	3	3	3	9	84.	3	3	2	8
4.	3	3	3	9	45.	3	3	3	9	85.	3	2	2	7
5.	3	2	2	7	46.	3	3	2	8	86.	3	3	3	9
6.	3	2	2	7	47.	3	3	2	8	87.	2	2	2	6
7.	3	3	2	8	48.	2	2	3	7	88.	3	3	3	9
8.	2	2	3	7	49.	3	3	3	9	89.	3	3	3	9
9.	2	2	2	6	50.	3	3	3	9	90.	3	3	3	9
10.	2	3	3	8	51.	2	2	2	6	91.	3	3	2	8
11.	3	3	3	9	52.	3	3	3	9	92.	2	3	3	8
12.	3	3	3	9	53.	3	3	3	9	93.	2	2	3	7
13.	3	2	2	7	54.	2	2	3	7	94.	3	3	3	9
14.	3	3	2	8	55.	3	3	2	8	95.	3	3	3	9
15.	2	2	2	6	56.	3	3	3	9	96.	2	2	2	6
16.	2	2	3	7	57.	3	3	2	8	97.	3	3	2	8
17.	3	3	1	7	58.	3	3	2	8	98.	3	3	3	9
18.	3	3	3	9	59.	3	2	2	7	99.	3	3	3	9
19.	3	3	3	9	60.	3	3	3	9	100.	3	2	2	7
20.	3	3	3	9	61.	3	3	3	9	101.	3	3	3	9
21.	3	3	3	9	62.	3	3	3	9	102.	3	3	3	9
22.	3	3	2	8	63.	3	3	3	9	103.	3	3	3	9
23.	3	3	2	8	64.	2	2	2	6	104.	3	3	3	9
24.	3	2	2	7	65.	3	3	3	9	105.	3	3	2	8
25.	3	3	3	9	66.	3	3	3	9	106.	3	3	2	8
26.	3	3	3	9	67.	3	3	2	8	107.	3	2	3	8
27.	3	3	3	9	68.	3	3	3	9	108.	3	3	3	9
28.	3	2	2	7	69.	3	3	3	9	109.	3	3	3	9
29.	3	3	3	9	70.	3	3	3	9	110.	3	3	3	9
30.	3	3	3	9	71.	2	3	2	7	111.	2	2	3	7
31.	3	3	2	8	72.	2	2	3	7	112.	3	3	3	9
32.	2	2	2	6	73.	3	3	2	8	113.	3	2	2	7
33.	3	3	2	8	74.	3	3	3	9	114.	3	3	3	9
34.	3	3	2	8	75.	3	3	3	9	115.	3	3	2	8
35.	3	3	3	9	76.	3	3	2	8	116.	3	3	3	9
36.	3	3	3	9	77.	3	3	3	9	117.	3	3	3	9
37.	3	3	3	9	78.	3	3	3	9	118.	2	2	2	6
38.	2	2	3	7	79.	3	3	3	9	119.	3	3	3	9
40.	2	2	2	6	80.	3	3	2	8	120.	3	3	2	8
41.	3	3	3	9	81.	3	3	3	9	121.	3	2	2	7

Lanjutan Lampiran 7

Res	Pertanyaan				Res.	Pertanyaan				Res	Pertanyaan			
	1	2	3	Σ		1	2	3	Σ		1	2	3	Σ
122	3	2	2	7	150	3	3	3	9	178	3	2	3	8
123	3	3	3	9	151	3	3	3	9	179	3	2	2	8
124	2	2	2	6	152	3	3	3	9	180	3	3	3	9
125	3	3	3	9	153	3	3	3	9	181	3	3	3	9
126	3	3	3	9	154	3	3	3	9	182	3	3	3	9
127	3	3	2	8	155	3	3	2	8	183	3	2	2	7
128	3	2	3	8	156	3	3	2	8	184	3	3	2	8
129	3	3	3	9	157	3	2	2	7	185	3	2	2	7
130	3	3	3	9	158	3	3	3	9	186	3	2	3	8
131	2	2	2	6	159	3	3	3	9	187	2	2	2	6
132	3	3	3	9	160	3	3	2	8	188	3	3	3	9
133	3	3	3	9	161	2	2	2	6	189	3	3	3	9
134	3	2	2	7	162	3	3	2	8	190	3	2	2	7
135	3	3	2	8	163	3	3	3	9	191	3	2	3	8
136	3	2	2	7	164	3	3	3	9	192	3	3	3	9
137	3	3	3	9	165	3	3	2	8	193	2	3	3	8
138	2	2	2	6	166	3	3	3	9	194	3	3	3	9
139	3	3	3	9	167	3	3	3	9	195	3	2	3	8
140	3	3	3	9	168	2	3	2	7	196	3	3	3	9
141	3	2	2	7	169	3	3	3	9	197	3	2	2	7
142	3	2	2	7	170	3	3	3	9	198	3	3	3	9
143	3	3	2	8	171	3	3	2	8	199	3	2	2	7
144	3	3	3	9	172	3	3	3	9	200	3	3	3	9
145	3	3	3	9	173	3	3	2	8					
146	3	3	3	9	174	3	3	3	9					
147	3	2	2	7	175	3	2	2	7					
148	3	2	2	7	176	3	3	3	9					
149	2	2	2	6	177	3	3	3	9					

Sumber : Hasil Kuesioner, Diolah

Keterangan :

1. Nilai 9 kategori baik, sebanyak 104 ;
2. Nilai 7-8 kategori cukup baik, sebanyak 80 ;
3. Nilai 6 kategori kurang baik, sebanyak 16.

Lampiran 8 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Bonus

Res	Pertanyaan			Res	Pertanyaan			Res	Pertanyaan		
	1	2	Σ		1	2	Σ		1	2	Σ
1.	3	2	5	42.	2	2	4	82.	3	3	6
2.	3	2	5	43.	3	3	6	83.	3	3	6
3.	3	3	6	44.	3	3	6	84.	3	3	6
4.	3	3	6	45.	3	3	6	85.	2	2	5
5.	3	3	6	46.	2	1	3	86.	3	2	5
6.	2	1	3	47.	2	2	4	87.	2	2	4
7.	2	3	5	48.	2	2	4	88.	3	3	6
8.	3	3	6	49.	3	3	6	89.	2	1	3
9.	3	3	6	50.	3	3	6	90.	3	3	6
10.	3	3	6	51.	3	2	5	91.	3	3	6
11.	2	2	4	52.	2	1	3	92.	3	2	5
12.	1	2	3	53.	3	3	6	93.	3	3	6
13.	3	1	4	54.	3	3	6	94.	3	3	6
14.	3	3	6	55.	2	2	4	95.	3	2	5
15.	3	3	6	56.	3	3	6	96.	2	1	3
16.	3	3	6	57.	3	2	5	97.	3	2	5
17.	2	1	3	58.	3	2	5	98.	3	3	6
18.	2	3	5	59.	2	2	4	99.	3	3	6
19.	3	2	5	60.	2	2	4	100.	3	3	6
20.	3	3	6	61.	3	3	6	101.	3	3	6
21.	2	2	4	62.	3	3	6	102.	2	2	4
22.	3	3	6	63.	3	2	5	103.	3	3	6
23.	3	3	6	64.	3	3	6	104.	3	3	6
24.	2	1	3	65.	2	1	3	105.	2	2	4
25.	2	3	5	66.	3	2	5	106.	3	3	6
26.	3	3	6	67.	3	3	6	107.	2	1	3
27.	3	3	6	68.	3	3	6	108.	3	3	6
28.	3	2	5	69.	3	2	5	109.	3	3	6
29.	3	3	6	70.	3	3	6	110.	3	2	5
30.	3	2	5	71.	3	3	6	111.	2	2	4
31.	3	2	5	72.	2	2	4	112.	2	2	4
32.	2	2	4	73.	2	1	3	113.	3	3	6
33.	3	3	6	74.	2	2	4	114.	3	3	6
34.	3	3	6	75.	2	2	4	115.	3	2	5
35.	3	2	5	76.	3	3	6	116.	3	2	5
36.	3	3	6	77.	3	3	6	117.	2	2	4
37.	3	3	6	78.	3	3	6	118.	3	2	5
38.	2	2	4	79.	2	2	4	119.	2	1	3
40.	3	2	5	80.	2	2	4	120.	2	3	5
41.	2	3	5	81.	3	3	6	121.	3	3	6

Lanjutan Lampiran 8

Kes	Pertanyaan			Kes.	Pertanyaan			Kes.	Pertanyaan		
	1	2	Σ		1	2	Σ		1	2	Σ
122	3	3	6	150	2	2	4	179	2	1	3
123	3	3	6	151	2	2	4	180	3	3	6
124	2	2	4	152	3	3	6	181	2	2	4
125	2	1	3	153	3	3	6	182	3	3	6
126	3	3	6	154	3	2	5	183	3	3	6
127	3	2	5	155	2	1	3	184	3	3	6
128	2	2	4	156	3	3	6	185	3	2	5
129	3	2	5	157	3	2	5	186	3	2	5
130	3	3	6	158	2	1	3	187	3	3	6
131	3	3	6	159	3	3	6	188	2	1	3
132	2	3	5	160	3	3	6	189	3	2	5
133	3	3	9	161	2	2	4	190	3	3	6
134	3	3	9	162	3	3	6	191	2	2	4
135	3	2	5	163	3	2	5	192	2	2	4
136	2	1	3	164	3	2	5	193	2	1	3
137	3	3	6	165	2	3	5	194	3	3	6
138	3	3	6	166	3	3	6	195	3	3	6
139	3	3	6	168	3	3	6	196	3	2	5
140	3	3	6	169	3	2	5	197	3	3	6
141	3	2	5	170	2	1	3	198	3	2	5
142	2	1	3	171	2	3	5	199	3	2	5
143	3	2	5	172	3	3	6	200	2	2	4
144	3	3	6	173	3	3	6				
145	3	3	6	174	3	3	6				
146	3	2	5	175	2	2	4				
147	3	3	6	176	3	3	6				
148	3	3	6	177	3	3	6				
149	2	1	3	178	3	2	5				

Sumber : Hasil Kuesioner, Diolah

Keterangan :

1. Nilai 6 kategori mempertimbangkan, sebanyak 97 ;
2. Nilai 4-5 kategori cukup mempertimbangkan, sebanyak 81 ;
3. Nilai 3 kategori kurang mempertimbangkan, sebanyak 22.

Lampiran 9 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Besarnya Pendapatan

Res	Besarnya Pendapatan				Res	Besarnya Pendapatan				Res	Besarnya Pendapatan			
	1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4
1.			x		42.		x			82.			x	
2.				x	43.				x	83.		x		
3.			x		44.			x		84.			x	
4.		x			45.		x			85.		x		
5.		x			46.		x			86.		x		
6.			x		47.		x			87.		x		
7.				x	48.			x		88.		x		
8.		x			49.		x			89.			x	
9.			x		50.			x		90.			x	
10.	x				51.				x	91.		x		
11.		x			52.			x		92.		x		
12.		x			53.		x			93.			x	
13.			x		54.			x		94.		x		
14.		x			55.		x			95.			x	
15.			x		56.			x		96.			x	
16.			x		57.		x			97.		x		
17.		x			58.		x			98.			x	
18.	x				59.				x	99.	x			
19.		x			60.			x		100.		x		
20.			x		61.	x				101.			x	
21.			x		62.			x		102.		x		
22.		x			63.		x			103.			x	
23.		x			64.		x			104.		x		
24.			x		65.			x		105.		x		
25.		x			66.				x	106.			x	
26.		x			67.			x		107.		x		
27.			x		68.		x			108.			x	
28.			x		69.				x	109.		x		
29.		x			70.	x				110.		x		
30.		x			71.			x		111.		x		
31.			x		72.		x			112.			x	
32.			x		73.		x			113.			x	
33.		x			74.		x			114.			x	
34.			x		75.			x		115.		x		
35.			x		76.			x		116.		x		
36.		x			77.		x			117.			x	
37.				x	78.			x		118.		x		
38.		x			79.		x			119.		x		
40.		x			80.				x	120.		x		
41.			x		81.		x			121.			x	

Lanjutan Lampiran 9)

Res	Besarnya Pendapatan				Res.	Besarnya Pendapatan				Res	Besarnya Pendapatan			
	1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4
122			x		150	x				179		x		
123		x			151		x			180			x	
124				x	152			x		181		x		
125		x			153		x			182			x	
126			x		154			x		183			x	
127	x				155		x			184		x		
128			x		156		x			185		x		
129			x		157				x	186		x		
130		x			158		x			187		x		
131		x			159				x	188			x	
132			x		160			x		189			x	
133			x		161		x			190		x		
134		x			162			x		191	x			
135			x		163			x		192			x	
136				x	164		x			193		x		
137			x		165		x			194		x		
138		x			166			x		195			x	
139			x		168		x			196		x		
140				x	169				x	197		x		
141			x		170			x		198		x		
142		x			171		x			199			x	
143		x			172		x			200			x	
144		x			173			x						
145				x	174		x							
146				x	175				x					
147		x			176		x							
148			x		177		x							
149		x			178			x						

Sumber : Hasil Kuesioner, Diolah

Keterangan :

1. Nomor satu besarnya pendapatan kurang dari Rp 300.000,00 sebanyak 9 ;
2. Nomor dua besarnya pendapatan Rp 300.000,00 - kurang dari Rp 500.000,00 sebanyak 88 ;
3. Nomor tiga besarnya pendapatan Rp 500.000,00 - kurang dari Rp 700.000,00 sebanyak 66 ;
4. Nomor empat besarnya pendapatan lebih dari Rp 700.000,00 sebanyak 37.

Lampiran 10 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Pekerjaan

Res	Jenis Pekerjaan				Res	Jenis Pekerjaan				Res	Jenis Pekerjaan			
	1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4
1.	x				42.			x		82.	x			
2.	x				43.	x				83.			x	
3.	x				44.	x				84.		x		
4.	x				45.	x				85.			x	
5.	x				46.	x				86.			x	
6.			x		47.	x				87.		x		
7.			x		48.			x		88.				x
8.	x				49.			x		89.	x			
9.	x				50.	x				90.	x			
10.				x	51.				x	91.	x			
11.			x		52.	x				92.				x
12.			x		53.	x				93.				x
13.				x	54.				x	94.	x			
14.	x				55.			x		95.			x	
15.		x			56.		x			96.	x			
16.			x		57.		x			97.	x			
17.	x				58.	x				98.		x		
18.	x				59.	x				99.			x	
19.	x				60.			x		100.	x			
20.	x				61.			x		101.	x			
21.	x				62.	x				102.			x	
22.			x		63.			x		103.			x	
23.		x			64.	x				104.			x	
24.			x		65.	x				105.	x			
25.	x				66.	x				106.				x
26.	x				67.	x				107.			x	
27.	x				68.		x			108.	x			
28.			x		69.	x				109.	x			
29.	x				70.				x	110.	x			
30.	x				71.				x	111.				x
31.	x				72.	x				112.			x	
32.	x				73.	x				113.	x			
33.	x				74.		x			114.		x		
34.	x				75.	x				115.		x		
35.		x			76.	x				116.			x	
36.			x		77.			x		117.	x			
37.			x		78.			x		118.	x			
38.				x	79.				x	119.	x			
40.	x				80.	x				120.				x
41.		x			81.	x				121.		x		

Lanjutan Lampiran 10

Res	Jenis Pekerjaan				Res.	Jenis Pekerjaan				Res	Jenis Pekerjaan			
	1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4
122				x	150				x	179				x
123	x				151		x			180			x	
124	x				152				x	181		x		
125	x				153	x				182				x
126			x		154				x	183				x
127			x		155	x				184	x			
128	x				156	x				185	x			
129				x	157			x		186	x			
130	x				158	x				187		x		
131		x			159		x			188			x	
132			x		160	x				189			x	
133	x				161	x				190				x
134	x				162			x		191			x	
135	x				163				x	192		x		
136		x			164	x				193				x
137	x				165				x	194	x			
138			x		166			x		195	x			
139	x				168	x				196	x			
140	x				169		x			197	x			
141	x				170	x				198		x		
142				x	171			x		199	x			
143			x		172				x	200	x			
144			x		173		x							
145			x		174			x						
146	x				175			x						
147	x				176	x								
148	x				177	x								
149	x				178	x								

Sumber : Hasil Kuesioner, Diolah

Keterangan :

1. Nomor satu pegawai negeri sipil, sebanyak 98 ;
2. Nomor dua ABRI, sebanyak 24 ;
3. Nomor tiga Swasta, sebanyak 50 ;
4. Nomor empat pensiunan, sebanyak 28.

Lampiran 11 Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Kelompok Referensi

Res	Pertanyaan			Res	Pertanyaan			Res	Petanyaan		
	1	2	Σ		1	2	Σ		1	2	Σ
1.	3	3	6	42.	3	3	6	82.	3	3	6
2.	3	3	6	43.	3	3	6	83.	3	3	6
3.	2	2	4	44.	3	3	6	84.	3	3	6
4.	3	2	5	45.	2	2	4	85.	3	2	5
5.	3	2	5	46.	3	2	5	86.	3	2	5
6.	3	3	6	47.	3	2	5	87.	1	1	2
7.	3	3	6	48.	2	2	4	88.	3	3	6
8.	2	2	4	49.	2	2	4	89.	3	3	6
9.	1	1	2	50.	3	3	6	90.	3	2	5
10.	2	2	4	51.	3	3	6	91.	2	2	4
11.	3	3	6	52.	1	1	2	92.	3	3	6
12.	3	2	5	53.	2	2	4	93.	3	2	5
13.	3	3	6	54.	3	2	5	94.	3	3	6
14.	3	3	6	55.	3	2	5	95.	3	2	5
15.	3	2	5	56.	3	2	5	96.	2	2	4
16.	3	2	5	57.	2	2	4	97.	2	2	4
17.	2	2	4	58.	2	1	3	98.	2	2	4
18.	2	2	4	59.	2	2	4	99.	3	3	6
19.	2	2	4	60.	3	3	6	100.	3	3	6
20.	2	2	4	61.	3	3	6	101.	3	3	6
21.	3	3	6	62.	3	3	6	102.	2	2	4
22.	3	3	6	63.	3	3	6	103.	2	1	3
23.	3	3	6	64.	2	2	4	104.	3	3	6
24.	3	3	6	65.	2	2	4	105.	3	2	5
25.	3	3	6	66.	3	2	5	106.	3	3	6
26.	2	1	3	67.	3	3	6	107.	1	1	2
27.	3	3	6	68.	2	2	4	108.	3	2	5
28.	2	2	4	69.	3	3	6	109.	3	2	5
29.	2	2	4	70.	2	1	4	110.	3	3	6
30.	3	2	5	71.	3	3	6	111.	3	3	6
31.	3	3	6	72.	3	3	6	112.	2	2	4
32.	3	3	6	73.	2	3	5	113.	3	3	6
33.	3	3	6	74.	3	3	6	114.	3	3	6
34.	3	3	6	75.	2	2	4	115.	3	3	6
35.	3	2	5	76.	3	2	5	116.	2	2	4
36.	3	2	5	77.	3	3	6	117.	1	1	2
37.	3	2	5	78.	3	3	6	118.	3	2	5
38.	2	1	3	79.	3	3	6	119.	3	2	5
40.	3	3	6	80.	3	2	5	120.	3	3	6
41.	3	3	6	81.	3	2	5	121.	3	3	6

Lanjutan Lampiran 11

Res	Pertanyaan			Res.	Pertanyaan			Res.	Pertanyaan		
	1	2	Σ		1	2	Σ		1	2	Σ
122	3	2	5	150	3	2	5	179	3	3	6
123	3	3	6	151	2	2	4	180	3	3	6
124	3	3	6	152	3	2	5	181	3	3	6
125	2	2	4	153	3	3	6	182	3	2	5
126	2	2	4	154	3	3	6	183	2	1	3
127	1	1	2	155	2	1	3	184	3	2	5
128	2	2	4	156	3	3	6	185	2	2	4
129	2	1	3	157	3	2	5	186	2	2	4
130	3	3	6	158	3	2	5	187	3	3	6
131	3	3	6	159	2	2	4	188	3	3	6
132	3	3	6	160	3	3	6	189	3	2	5
133	2	2	4	161	3	3	6	190	1	1	2
134	3	2	5	162	3	3	6	191	3	2	5
135	2	2	4	163	1	1	2	192	3	3	6
136	3	3	6	164	3	3	6	193	3	3	6
137	3	3	6	165	3	3	6	194	3	3	6
138	3	3	6	166	3	3	6	195	3	3	6
139	2	2	4	168	2	2	4	196	3	3	6
140	3	2	5	169	2	2	4	197	3	2	5
141	2	1	3	170	3	3	6	198	2	2	4
142	3	2	5	171	3	3	6	199	3	2	5
143	2	1	3	172	3	3	6	200	3	2	5
144	3	3	6	173	3	3	6				
145	3	3	6	174	3	3	6				
146	3	3	6	175	2	2	4				
147	3	3	6	176	1	1	2				
148	2	2	4	177	2	2	4				
149	2	2	4	178	3	3	6				

Sumber : Hasil Kuesioner, Diolah

Keterangan :

1. Nilai 6 kategori mempengaruhi, sebanyak 92 ;
2. Nilai 4-5 kategori cukup mempengaruhi, sebanyak 89 ;
3. Nilai 2-3 kategori kurang mempengaruhi, sebanyak 19.

Lampiran 12 Perhitungan Chi-Square Variabel Produk Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

$$fh_{11} = \frac{89 \times 82}{200} = 36,49$$

$$fh_{12} = \frac{89 \times 71}{200} = 31,6$$

$$fh_{13} = \frac{89 \times 47}{200} = 20,92$$

$$fh_{21} = \frac{87 \times 82}{200} = 35,67$$

$$fh_{22} = \frac{87 \times 71}{200} = 30,89$$

$$fh_{23} = \frac{87 \times 47}{200} = 20,45$$

$$fh_{31} = \frac{24 \times 82}{200} = 9,84$$

$$fh_{32} = \frac{24 \times 71}{200} = 8,52$$

$$fh_{33} = \frac{24 \times 47}{200} = 5,64$$

$$\chi^2 = \frac{(54 - 36,49)^2}{36,49} + \frac{(23 - 31,6)^2}{31,6} + \frac{(12 - 20,92)^2}{20,92} + \frac{(25 - 35,67)^2}{35,67} + \frac{(44 - 30,89)^2}{30,89} +$$

$$\frac{(18 - 20,45)^2}{20,45} + \frac{(3 - 9,84)^2}{9,84} + \frac{(4 - 8,52)^2}{8,52} + \frac{(17 - 5,64)^2}{5,64}$$

$$= 53,62$$



Lampiran 13 Perhitungan Chi-Square Variabel Pendapatan Dan Keputusan
Pembelian Sepeda Motor

$$fh_{11} = \frac{124 \times 82}{200} = 50,84 \quad fh_{12} = \frac{124 \times 71}{200} = 44,02 \quad fh_{13} = \frac{124 \times 47}{200} = 29,14$$

$$fh_{21} = \frac{68 \times 82}{200} = 27,88 \quad fh_{22} = \frac{68 \times 71}{200} = 24,14 \quad fh_{23} = \frac{68 \times 47}{200} = 15,98$$

$$fh_{31} = \frac{8 \times 82}{200} = 3,28 \quad fh_{32} = \frac{8 \times 71}{200} = 2,84 \quad fh_{33} = \frac{8 \times 47}{200} = 1,88$$

$$\chi^2 = \frac{(54 - 50,84)^2}{50,84} + \frac{(51 - 44,02)^2}{44,02} + \frac{(39 - 29,14)^2}{29,14} + \frac{(42 - 27,88)^2}{27,88} + \frac{(19 - 24,14)^2}{24,14} +$$

$$\frac{(7 - 15,98)^2}{15,98} + \frac{(6 - 3,28)^2}{3,28} + \frac{(1 - 2,84)^2}{2,84} + \frac{(1 - 1,88)^2}{1,88}$$

$$= 27,17$$

Lampiran 14 Perhitungan Chi-Square Variabel Pelayanan Dan Keputusan
Pembelian Sepeda Motor

$$fh_{11} = \frac{104 \times 82}{200} = 42,64 \quad fh_{12} = \frac{104 \times 71}{200} = 37,99 \quad fh_{13} = \frac{104 \times 47}{200} = 24,44$$

$$fh_{21} = \frac{80 \times 82}{200} = 32,8 \quad fh_{22} = \frac{80 \times 71}{200} = 28,4 \quad fh_{23} = \frac{80 \times 47}{200} = 18,8$$

$$fh_{31} = \frac{16 \times 82}{200} = 6,56 \quad fh_{32} = \frac{16 \times 71}{200} = 5,68 \quad fh_{33} = \frac{16 \times 47}{200} = 3,76$$

$$\chi^2 = \frac{(61 - 42,64)^2}{42,64} + \frac{(14 - 37,99)^2}{37,99} + \frac{(29 - 24,44)^2}{24,44} + \frac{(19 - 32,8)^2}{32,8} + \frac{(51 - 28,4)^2}{28,4} +$$

$$\frac{(10 - 18,8)^2}{18,8} + \frac{(2 - 6,56)^2}{6,52} + \frac{(6 - 5,68)^2}{5,68} + \frac{(8 - 3,76)^2}{3,76}$$

$$= 59,76$$

Lampiran 15 Perhitungan Chi-Square Variabel Bonus Dan Keputusan
Pembelian Sepeda Motor

$$fh_{11} = \frac{97 \times 82}{200} = 39,77 \quad fh_{12} = \frac{97 \times 71}{200} = 34,44 \quad fh_{13} = \frac{97 \times 47}{200} = 22,8$$

$$fh_{21} = \frac{81 \times 82}{200} = 33,21 \quad fh_{22} = \frac{81 \times 71}{200} = 28,76 \quad fh_{23} = \frac{81 \times 47}{200} = 19,04$$

$$fh_{31} = \frac{22 \times 82}{200} = 9,02 \quad fh_{32} = \frac{22 \times 71}{200} = 7,81 \quad fh_{33} = \frac{22 \times 47}{200} = 5,17$$

$$\chi^2 = \frac{(29 - 39,77)^2}{39,77} + \frac{(37 - 34,44)^2}{34,44} + \frac{(31 - 22,8)^2}{22,8} + \frac{(42 - 33,21)^2}{33,21} + \frac{(29 - 28,76)^2}{28,76} +$$

$$\frac{(10 - 19,04)^2}{19,04} + \frac{(11 - 9,02)^2}{9,02} + \frac{(5 - 7,81)^2}{7,81} + \frac{(6 - 5,17)^2}{5,17}$$

$$= 14,252$$

Lampiran 16 Perhitungan Chi-Square Variabel Kelompok Referensi Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor

$$fh_{11} = \frac{92 \times 82}{200} = 37,72 \quad fh_{12} = \frac{92 \times 71}{200} = 32,66 \quad fh_{13} = \frac{92 \times 47}{200} = 21,62$$

$$fh_{21} = \frac{89 \times 82}{200} = 36,49 \quad fh_{22} = \frac{89 \times 71}{200} = 31,6 \quad fh_{23} = \frac{89 \times 47}{200} = 20,92$$

$$fh_{31} = \frac{19 \times 47}{200} = 4,47 \quad fh_{32} = \frac{19 \times 71}{200} = 6,75 \quad fh_{33} = \frac{19 \times 47}{200} = 4,47$$

$$\chi^2 = \frac{(49 - 37,72)^2}{37,72} + \frac{(25 - 32,66)^2}{32,66} + \frac{(18 - 21,62)^2}{21,62} + \frac{(28 - 36,49)^2}{36,49} + \frac{(39 - 31,6)^2}{31,6} +$$

$$\frac{(22 - 20,92)^2}{20,92} + \frac{(3 - 4,47)^2}{4,47} + \frac{(7 - 6,75)^2}{6,75} + \frac{(7 - 4,47)^2}{4,47}$$

$$= 11,049$$

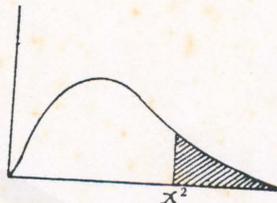
DAFTAR G DISTRIBUSI CHI – KUADRAT

ν = Derajat kebebasan
 p = Peluang χ^2 melebihi nilai daftar.

= luas daerah yang diarsir.

Untuk $\nu > 100$, ambil $\sqrt{2\chi^2} - \sqrt{2\nu - 1}$

sebagai variabel normal standar.



$\nu \backslash p$	0,995	0,975	0,050	0,025	0,010	0,005
1	0,043927	0,039821	3,84146	5,02389	6,63490	7,87944
2	0,010025	0,050636	5,99147	7,37776	9,21034	10,5966
3	0,071721	0,215795	7,81473	9,34840	11,3449	12,8381
4	0,206990	0,484419	9,48773	11,1433	13,2767	14,8602
5	0,411740	0,831211	11,0705	12,8325	15,0863	16,7496
6	0,675727	1,237347	12,5916	14,4494	16,8119	18,5476
7	0,989265	1,68987	14,0671	16,0128	18,4753	20,2777
8	1,344419	2,17973	15,5073	17,5346	20,0902	21,9550
9	1,734926	2,70039	16,9190	19,0228	21,6660	23,5893
10	2,15585	3,24697	18,3070	20,4831	23,2093	25,1882
11	2,60321	3,81575	19,6751	21,9200	24,7250	26,7569
12	3,07382	4,40379	21,0261	23,3367	26,2170	28,2995
13	3,56503	5,00874	22,3621	24,7356	27,6883	29,8194
14	4,07468	5,62872	23,6848	26,1190	29,1413	31,3193
15	4,60094	6,26214	24,9958	27,4884	30,5779	32,8013
16	5,14224	6,90766	26,2962	28,8454	31,9999	34,2672
17	5,69724	7,56418	27,5871	30,1910	33,4087	35,7185
18	6,26481	8,23075	28,8693	31,5264	34,8053	37,1564
19	6,84398	8,90655	30,1435	32,8523	36,1908	38,5822
20	7,43386	9,59083	31,4104	34,1696	37,5662	39,9968
21	8,03366	10,28293	32,6705	35,4789	38,9321	41,4010
22	8,64272	10,9823	33,9244	36,7807	40,2894	42,7956
23	9,26042	11,6885	35,1725	38,0757	41,6384	44,1813
24	9,88623	12,4001	36,4151	39,3641	42,9798	45,5585
25	10,5197	13,1197	37,6525	40,6465	44,3141	46,9278
26	11,1603	13,8439	38,8852	41,9232	45,6417	48,2899
27	11,8076	14,5733	40,1133	43,1944	46,9630	49,6449
28	12,4613	15,3079	41,3372	44,4607	48,2782	50,9933
29	13,1211	16,0471	42,5569	45,7222	49,5879	52,3356
30	13,7867	16,7908	43,7729	46,9792	50,8922	53,6720
40	20,7065	24,4331	55,7585	59,3417	63,6907	66,7659
50	27,9907	32,3574	67,5048	71,4202	76,1539	79,4900
60	35,5346	40,4817	79,0819	83,2976	88,3794	91,9517
70	43,2752	48,7576	90,5312	95,0231	100,425	104,215
80	51,1720	57,1532	101,879	106,629	112,329	116,321
90	59,1963	65,6466	113,145	118,136	124,116	128,299
100	67,3276	74,2219	124,342	129,561	135,807	140,169

Diambil dari : *Elementary Statistics*, oleh Paul G. Hoel, John Wiley & Sons, Inc., 1960, dengan izin khusus dari penerbit.