

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA PADA  
PT. SURACO JAYA ABADI MOTOR CABANG  
SUNGGUMINASA KAB. GOWA**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2019**

## **PERSEMBAHAN**

Karya Ilmiah Ini Kupersembahkan Teristimewa untuk kedua orang tua yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus tanpa pamrih. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa yang senantiasa mendukung ataupun memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan. Serta teman-teman mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

### **MOTTO HIDUP**

Jangan jadikan kekurangan sebagai keterpurukan hidup akan tetapi jadikan kekuranganmu sebagai alat untuk meraih kesuksesanmu, karna disetiap kekurangan terdapat berjuta juta kelebihan, dan harus tetap disyukuri atas segala kekurangan maupun kelebihan yang diberikan oleh Allah SWT.



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**HALAMAN PERSETUJUAN**

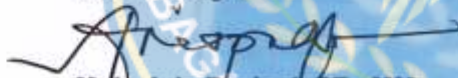
Judul Penelitian : Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa  
Nama Mahasiswa : **Sri Wahyu Ningsih**  
No Stambuk/NIM : 1057205541115  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenjang Studi : Strata Satu (S1)  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Senin tanggal 21 Oktober 2019.

Makassar, 21 Oktober 2019

Menyetujui,

Pembimbing I,

  
**Moh. Aris Pasigai, SE., MM**  
**NIDN: 0008056301**

Pembimbing II,


  
**Muh. Nur Rasyid, SE., MM**  
**NIDN: 0927078201**

Mengetahui,

Dekan,

Fakultas Ekonomi & Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar



  
**Ismari Rasulong, SE., MM**  
**NBM: 903078**

Ketua,

Program Studi Manajemen

  
**Muh. Nur Rasyid, SE., MM**  
**NBM: 1085576**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN**  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama Sri Wahyu Ningsih Nim : 105720554115, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0015/SK-Y/61201/091004/2019 M, Tanggal 21 Shafar 1441 H/ 21 Oktober 2019 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 21 Shafar 1441 H  
21 Oktober 2019 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Abdul Rahman Rahim, S.E., M.M

(Rektor Unismuh Makassar)

2. Ketua : Ismail Rasulong, S.E., M.M

(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, S.E., M.M

(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

4. Penguji : 1. Dr. H. Mahmud Nuhung, M.A

2. Muh. Nur R., S.E., M.M

3. Faldhul Adziem, S.E., M.Si

4. Dr. Buyung Romadhoni, S.E., M.Si

Disahkan oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar



**Ismail Rasulong, S.E., M.M**  
NBM: 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No, 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sri Wahyu Ningsih  
Stambuk : 105720554115  
Program Studi : Manajemen  
Dengan Judul : pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek yamaha pada PT. Suraco jaya Abadi motor cabang Sungguminasa kabupaten gowa.

Dengan ini menyatakan bahwa :

**Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.**

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar. Dan telah diujikan pada hari Jum'at tanggal 21 Oktober 2019

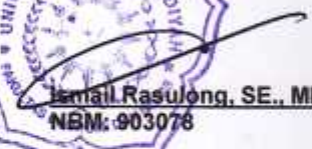
Makassar, 21 Oktober 2019

Yang membuat Pernyataan,

METERAI  
TEMPEL  
CNY1CAFF77988526  
6000  
Sri Wahyu Ningsih

Diketahui Oleh :

Dekan  
Fakultas Ekonomi & Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar

  
Hamil Rasulong, SE., MM  
NBM: 903078

Ketua,  
Jurusan Manajemen

  
Muh. Nur Rasyid, SE., MM  
NBM: 1085576

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa Kab. Gowa”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Sulaiman dan ibu Sulhayati yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus tak pamrih. Dan saudara-saudarku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada :

1. Bapak Prof Dr. H. Abd Rahman rahim, SE.,MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasullong, SE., MM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Muh. Nur Rasyid, S.E., M.M., selaku ketua program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Moh. Aris Pasigai SE., MM., selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.
5. Bapak Muh. Nur Rasyid, SE., MM., selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Para staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi manajemen angkatan 2015 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.

9. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

*Billahi fisabilil Haq fastabiqul khairat, Wassalamualaikum Wr.Wb*

Makasaar, 2019

penulis



## ABSTRAK

**Sri Wahyu Ningsih**, 2019. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa, Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh Pembimbing I Moh. Aris Pasigai, Dan Pembimbing II Muh. Nur Rasyid.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa dan untuk menganalisis variabel dari ekuitas merek yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner (primer) dan beberapa observasi serta wawancara langsung dengan pihak yang terkait. Temuan penelitian menunjukkan bahwa antara ekuitas merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa memberikan pengaruh secara simultan. Secara parsial variabel ekuitas merek yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha adalah kinerja merek, alasannya karena memiliki nilai koefisien regresi terbesar jika dibandingkan dengan nilai koefisien regresi variabel lainnya yakni sebesar 0,379 selain itu memiliki nilai thitung yang terbesar yakni sebesar 3,276.

Kata kunci: kinerja merek, citra sosial merek, nilai yang diterima konsumen, kepercayaan konsumen, keputusan pembelian

## ABSTRACT

**Sri Wahyu Ningsih, 2019.** *The effect of brand equity on purchasing decisions of Yamaha motorcycles at PT. Suraco jaya abadi sungguminasa branch motorbike, thesis faculty of economics and business management department of muhammadiyah university Makassar supervised by supervisor 1 moh. Aris pasigai and supervisor 1 moh. Aris pasigai SE, MM, and supervisor II Muh. Nur rasyid.*

*This study aims to determine the effect of brand equity on purchase decisions Yamaha brand motorcycles in PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa and to analyze the variables of brand equity is the dominant influence on purchase decisions Yamaha brand motorcycles. The research data was obtained from questionnaires (primary) and some observations as well as interviews with relevant parties. The findings show that the brand equity of the brand purchase decisions Yamaha motorcycle at. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa effect simultaneously. Partially brand equity variables most dominant influence purchasing decisions Yamaha motorcycle brand is the performance brand, the reason for having the largest value of the regression coefficient when compared with other variable regression coefficient which is equal to 0,379 in addition has the largest tcount which is equal to 3,276.*

*Keywords: brand performance, social image of the brand, the value received by the consumer, consumer confidence, purchasing decisions*

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK BAHASA INDONESIA</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
A. Pemasaran.....	6
B. Merek.....	14
C. Citra Merek (Brand Image).....	14
D. Ekuitas Merek (Citra Merek).....	20
E. Keputusan Pembelian .....	24
F. Penelitian Terdahulu .....	30
G. Karangka Pikir.....	33
H. Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
A. Jenis Penelitian .....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
C. Definisi Operasional .....	37

D. Populasi dan Sampel .....	38
E. Teknik Pengumpulan Data .....	40
F. Teknik Analisis Data.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
A. Sejarah dan Gambaran Umum Perusahaan .....	44
B. Visi dan Misi .....	45
C. Struktur Organisasi, Tugas dan Tanggung Jawab .....	46
D. Deskripsi Responden .....	55
E. Deskripsi Variabel.....	59
F. Pengujian Reliabilitas dan Validitas .....	67
G. Analisis Regresi Linear Berganda .....	71
H. Pengujian Hipotesis.....	73
I. Pembahasan.....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>78</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>79</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1	Definisi Operasional .....	37
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	56
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	57
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	58
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Pendapatan .....	59
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Merek.....	60
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Citra Sosial Merek.....	61
Tabel 4.8	★ Tanggapan Responden Mengenai Nilai Yang Diterima Konsumen .....	63
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan Konsumen.....	65
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.12	Uji Validitas .....	69
Tabel 4.6	Uji Regresi Linear Berganda .....	71
Tabel 4.14	Pengujian Persial T (Persial) .....	73
Tabel 4.15	Pengujian F (Simultan).....	74

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pikir.....	34
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Pada PT.Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa .....	47



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Sejarah dan gambaran umum perusahaan

PT. Suraco Jaya Abadi Motor adalah suatu perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang penjualan kendaraan bermotor roda dua. Didirikan pada tanggal 1 Februari 1990 sesuai dengan Akte Pendirian Nomor 10 dari Kantor Notaris Ny. Pudji Redkji Irawati, SH dan Akte Perubahan Notaris Mahmud Said, SH Nomor 118 tanggal 22 September 1997. Dimana perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dengan komposisi saham Rizal Tandiawan 65% dan Jacky Purnama 35%. Sejak didirikannya PT. Suraco Jaya Abadi Motor dengan status perusahaan sebagai *main dealer* untuk penjualan kendaraan bermotor roda dua merek Yamaha dengan wilayah pemasaran meliputi hampir seluruh wilayah Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah dan Gorontalo PT. Suraco Jaya Abadi Motor dalam pemasarannya mampu bersaing dengan dealer-dealer lain yang menjadi distributor kendaraan bermotor roda dua lainnya.

PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa didirikan oleh Eddy Harjono pada tanggal 27 Februari tahun 2001 berlokasi di jalan Usman Salengke No.12 Sungguminasa. Lokasi ini sangat strategis karena berada pada jalan poros Gowa Sungguminasa, hal ini sangat menguntungkan perusahaan akan dikunjungi oleh banyak konsumen, baik dari masyarakat setempat maupun dari luar Kabupaten Gowa sendiri.

Hingga sekarang ini, kantor dan pelayanan serta show room PT. Suraco Jaya Abadi Motor, berada di Jalan Usman Salengke No.12 Sungguminasa, adapun jenis kendaraan bermotor yang diperdagangkan adalah:

<b>Jenis motor</b>			
VEGA FORCE DB CW	JUPITER Z CW F1	MX KING	MX KING GP/MOSTER
ALL NEW VIXION R	NEW R15 VVA	NEW R15 GP	R25 GP
MT 15	NEW R15 GP	MIO S	MIO M3 CW
MIO M3 AKS SSS	FIONO SPORTY 125	FINO PREMIUM	FINO GRANDE
NEW X-RIDE 125	ALL NEW X-RIDE	FREE GO	FREE GO S ABS
LEXI	LEXI S	N MAX	N MAX ABS
FREE GOO	AEROX 155 VVA	LEXI 5	ALL NEW VIXION
MIO M3 CW	FREE GO S	MX KING	N MAX ABS
FINO SPORTY	NEW X-RIDE	AEROX 155 VVA	FREE GO S

## B. Visi dan Misi

### 1. Visi

- a) Menjadi perusahaan distributor motor, produk dan jasa pendukungnya yang memiliki jaringan pemasaran terbesar di Indonesia.
- b) Menjadi perusahaan yang terpercaya, meliputi sumber daya manusia yang handal. Sistem pengelolaan keuangan yang solid dan infrastruktur yang tepat

### 2. Misi

- a) Melakukan terobosan dan analisa untuk pengembangan bisnis dengan membentuk jaringan-jaringan (penjualan, perawatan, dan suku cadang ) baru di seluruh indonesia.



- b) Memastikan terjadinya pertumbuhan penjualan dan pangsa pasar di setiap wilayah operasional.
- c) Melakukan strategi bisnis perusahaan yang didukung oleh strategi kebijakan yang optimal.
- d) Mengembangkan dan menempatkan karyawan sesuai dengan tuntutan kompetensi jabatan sehingga karyawan memiliki kapasitas serta dapat menjalankan tugas-tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.
- e) Menerapkan standar operasional yang tepat guna, sebagai landasan kerja untuk menghasilkan kinerja yang optimal.
- f) Mengembangkan sistem infrastruktur, informasi teknologi serta sumber daya fisik yang tepat guna dan terintegrasi dengan departemen terkait, sesuai standar yang berlaku.

### C. Struktur Organisasi, Tugas dan Tanggung Jawab

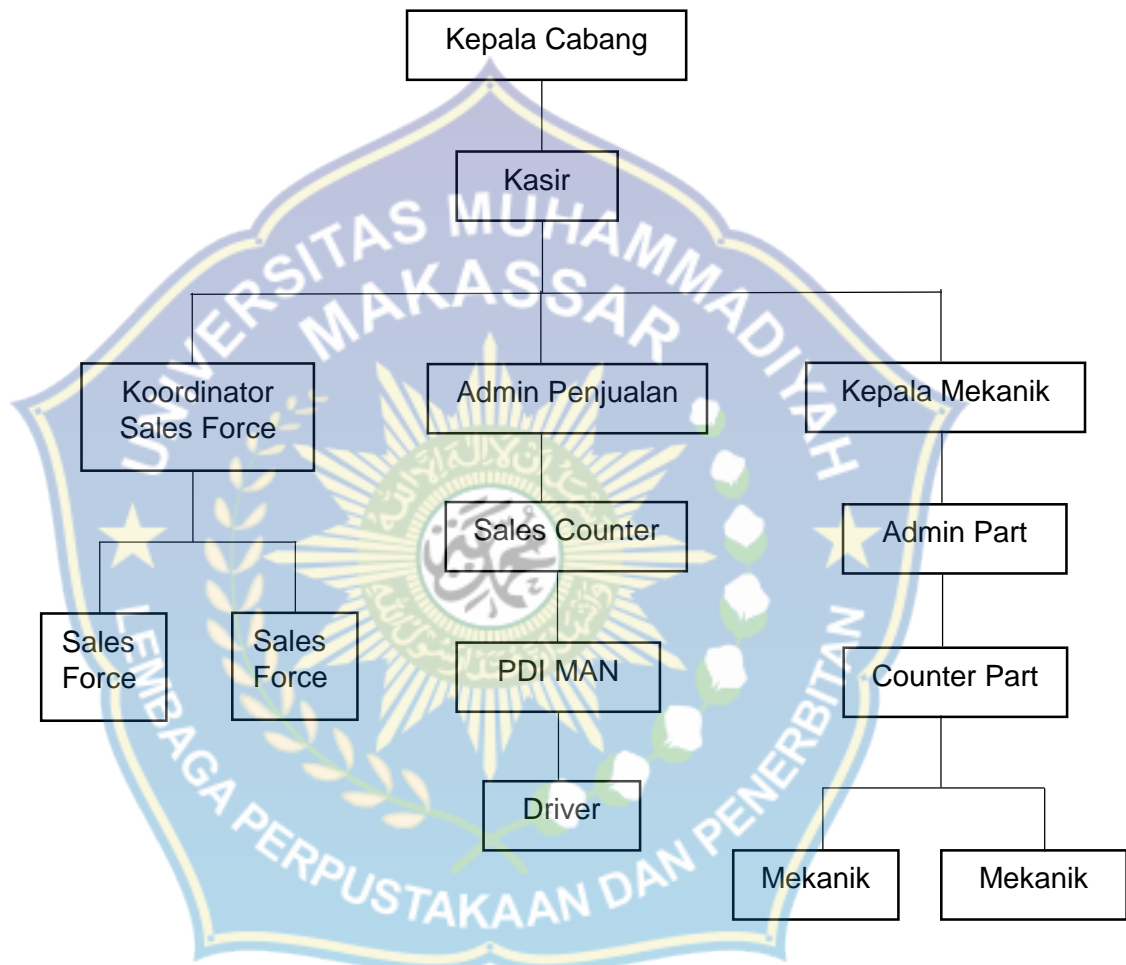
#### 1. Struktur Organisasi

Dalam menjelaskan suatu keadaan perusahaan kepada pihak-pihak yang membutuhkan maka perlu untuk menyusun suatu struktur organisasi agar nampak dengan jelas bagaimana organisasi dengan pendelegasian jabatan tersebut dan bagaimana proses pelaksanaan dari pada kegiatan dan jabatan tersebut.

Salah satu persyaratan yang cukup penting bagi suatu perusahaan agar dapat berjalan lancar sebagaimana yang diharapkan, yaitu apabila terdapat pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang dinyatakan dengan jelas, maka di harapkan dapat mendorong kerja sama yang baik untuk meningkatkan produktivitas pekerja serta keinginan untuk

melakukan sesuatu yang sempurna sehingga dapat memperlancar pekerjaan dalam perusahaan.

Adapun bagan Struktur Organisasi Pada PT.Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa sebagai berikut :



Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa

Kabupaten Gowa

## 2. Tugas dan Tanggung Jawab

### a. Kepala Cabang

- 1) Memimpin perusahaan dalam melaksanakan tugas sehari-hari secara operasional.
- 2) Melaksanakan program perusahaan secara terpadu.
- 3) Mempunyai wewenang dalam pengambilan keputusan sesuai batasan pendelegasian.
- 4) Menandatangani bukti penerimaan pengeluaran kas atau bank sesuai pendelegasian wewenangnya.
- 5) Menandatangani surat-surat sesuai wewenang.
- 6) Mengkoordinir, mengatur dan mengawasi serta bertanggung jawab terhadap tugas masing-masing bagian dan bertanggung jawab kepada pimpinan perusahaan.

### b. Kasir

- 1) Melakukan proses transaksi penjualan langsung.
- 2) Memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- 3) Mempersiapkan sarana kerja yang diperlukan.
- 4) Melakukan pengawasan dan pencegahan barang hilang.
- 5) Menerima penitipan barang.
- 6) Pemajangan barang (*Display*).
- 7) Persiapan *retur* barang
- 8) Melaksanakan kebersihan.
- 9) Informasi dan penawaran program promosi
- 10) Pencetakan barang
- 11) *Stock Opname*.

12) Penyebaran *leaflet*.

c. Koordinator Sales Force

- 1) Mengumpulkan dan menyiapkan data dan informasi tentang situasi pasar.
- 2) Mengkoordinir. Mengatur dan mengawasi serta bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tugas pada bagian pemasaran.
- 3) Menetapkan strategi pemasaran.
- 4) Bertanggung jawab kepada manajer pemasaran.
- 5) Menyusun rencana kerja di masa yang akan datang.
- 6) Mengadakan *event-event* sebagai bentuk promosi penjualan.

d. Sales Force

- 1) Membuat daftar pelanggan prospek sesuai dengan segmentasi yang diinginkan perusahaan.
- 2) Melakukan proses penjualan sesuai daftar target yang sudah ditentukan dan disepakati bersama dengan Koordinator
- 3) Menyiapkan materi atau tools yang akan digunakan dalam proses penjualan ke pelanggan dan melakukan presentasi.
- 4) Melakukan proses penjualan mulai dari awal perkenalan, negoisasi sampai dengan pembuatan kontrak dengan pelanggan.
- 5) Membuat laporan aktivitas sales mingguan sesuai dengan format laporan yang sudah ditentukan.
- 6) Membina divisi-divisi lain dibantu oleh koordinator untuk proses-proses internal yang terkait proses penjualan ke pelanggan secara terus-menerus menambah pengetahuan

terhadap produk atau layanan yang akan dijual dan selalu berusaha meningkatkan kemampuan pembinaan hubungan penjualan ke pelanggan.

7) Mengikuti proses *tender* dari awal sejak pendaftaran, *annuizing*, submit penawaran dan jika menang maka harus melakukan proses monitoring aktivitas pelanggan sampai dengan pembuatan kontrak dengan pelanggan.

8) Memelihara pelanggan yang sudah diperoleh dari menang *tender* dan mempersiapkan diri mengikuti *tender* berikutnya.

e. Admin Penjualan

1) Mengkoordinir dan mengatur pelaksanaan tugas pada cabang-cabang dan dealer-dealer.

2) Menyusun program penjualan.

3) Mendistribusikan produk-produk ke berbagai *dealer*.

4) Bertanggung jawab kepada manajer pemasaran.

5) Menjadwalkan pertemuan dengan tim penjualan serta menyediakan informasi presentasi mengenai produk yang dibutuhkan saat pertemuan.

6) Memastikan target penjualan.

7) Mewakili bagian penjualan saat mereka berada di lapangan.

8) Memproduksi laporan

f. *Sales Counter*

1) Melakukan proses penjualan sesuai daftar target yang sudah ditentukan dan disepakati bersama dengan koordinator.

- 2) Membuat daftar pelanggan prospek sesuai dengan segmentasi yang diinginkan perusahaan.
- 3) Menyiapkan materi atau tools yang akan digunakan dalam proses penjualan ke pelanggan dan melakukan presentasi.
- 4) Melakukan proses penjualan mulai dari awal perkenalan, negosiasi sampai dengan pembuatan kontrak dengan pelanggan.
- 5) Memelihara pelanggan yang sudah diperoleh dari menang tender dan mempersiapkan diri mengikuti tender berikutnya.
- 6) Membuat laporan aktivitas sales mingguan sesuai dengan format laporan yang sudah ditentukan.
- 7) Mengikuti proses *tender* dari awal sejak pendaftaran, *annujizing*, submit penawaran dan jika menang maka harus melakukan proses monitoring aktivitas pelanggan sampai dengan pembuatan kontrak dengan pelanggan.
- 8) Membina divisi-divisi lain dibantu oleh koordinator untuk proses-proses internal yang terkait proses penjualan ke pelanggan secara terus-menerus menambah pengetahuan terhadap produk atau layanan yang akan dijual dan selalu berusaha meningkatkan kemampuan pembinaan hubungan penjualan ke pelanggan.

g. PDI Man (*Pre Delivery Inspection*)

- 1) Mengecek kondisi unit SMH sesuai dengan cek *list* PDI yang telah ada.
- 2) Memastikan bahwa unit SMH dalam keadaan siap pakai dan dalam kondisi *ready for sales*.
- 3) Melakukan claim apabila diperlukan.
- 4) Melakukan cek fisik dengan cara penggesekan nomor rangka mesin kendaraan dan memberikan ke bagian STNK.
- 5) Menjaga dan merawat tools dan peralatan lainnya yang dipergunakan pada saat bekerja.
- 6) Mengecek kelengkapan dan kondisi kendaraan dan showroom atau dealer sebelum diantar ketangan konsumen.

h. *Driver*

- 1) Mengirimkan barang ke pembeli dan meminta tanda tangan pada surat terima barang.
- 2) Menerima barang beserta surat jalan, surat serah terima barang dari bagian *service*.
- 3) Menyerahkan surat serah terima barang lembar pertama ke pembeli.
- 4) Menyerahkan surat serah terima barang lembar kedua ke bagian *marketing intern* untuk diarsipkan.
- 5) Wajib merawat dan menjaga serta bertanggung jawab atas mobil yang dikendarainya setiap hari :
  - a) Pemeriksaan rutin kendaraan bermotor/mobil sebelum tugas.

- b) Periksa perlengkapan pendukung operasional kendaraan.
- c) Kebersihan serta kenyamanan kendaraan.
- d) Keamanan kendaraan dalam berkendara di jalan.
- e) Melaporkan kepada pihak yang berkompeten mengenai kondisi kendaraan.

i. Kepala Mekanik

- 1) Mengkoordinir dan memberikan pengarahan kerja dan mengawasi pelaksanaan kegiatan seksi-seksi dibawahnya agar dapat meningkatkan efisiensi di dalam bagiannya.
- 2) Menyusun jadwal pemeliharaan dan perbaikan mesin, peralatan, dan fasilitas produksi agar proses produksi dapat berjalan dengan lancar.
- 3) Menyusun pedoman dan petunjuk-petunjuk lainnya mengenai pemeliharaan berkala perbaikan atas mesin atau peralatan produksi, air, udara.
- 4) Mengawasi pelaksanaan hasil pekerjaan bagian bengkel yang dipesan, seperti pembuatan dan sebagainya.
- 5) Berusaha mencari cara-cara penekanan biaya dan metode perbaikan kerja yang lebih efisien.
- 6) Mengawasi pelaksanaan pencatatan pengeluaran biaya-biaya yang terjadi dengan pelaksanaan kegiatan pemeliharaan dan perbaikan.



7) Mengawasi bekerjanya mesin-mesin, pompa air, dan *compressor*, secara terus-menerus dan dalam jumlah yang sesuai kebutuhan.

j. *Admin Part*

1) Melakukan kontrol dan bertanggung jawab secara fisik atas fungsi gudang sparepart dalam penerimaan, penyimpanan dan pengeluaran.

2) Melakukan pengaturan penempatan dan control fisik maupun fungsi.

3) Pendataan *stock spare part* atas data fisik dan data administrasi *spare part*.

4) *Update* atas *stock spare part*.

5) Menyediakan kebutuhan *spare part* yang diperlukan oleh teknisi.

k. *Counter Part*

1) Melakukan penginputan barang datang dan menata tampilan barang di *counter*.

2) Mengkoordinir, mengatur dan mengawasi serta bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tugas di bidang *counter part*.

3) Menangani komplain pelanggan.

4) Membuat laporan administrasi harian, laporan setoran penjualan dan laporan penjualan.

5) Melakukan order barang.

6) Melakukan penginputan barang datang dan menata tampilan barang di *counter*.

- 7) Memperhatikan stok persediaan barang agar seimbang dengan omset.

#### I. Mekanik

- 1) Memperbaiki atau memelihara kondisi operasi dari mesin produksi/pengolahan dan perlengkapan industri.
- 2) Memperbaiki atau mengganti komponen mesin/peralatan yang rusak/tidak berfungsi.
- 3) Membongkar mesin/peralatan untuk melepaskan bagian yang rusak dan melakukan perbaikan.
- 4) Mengamati dan menguji oprasi dari mesin/peralatan untuk mendiagnosa malfungsi dengan menggunakan voltmeter atau perangkat pengujian lainnya.
- 5) Melakukan perawatan kendaraan sesuai job order yang diberikan staf maintenance.

#### D. Deskripsi Responden

Analisis karakteristik Responden dimaksud untuk mengetahui data- data responden yang didasari menurut umur, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan. Oleh karena itulah karakteristik responden dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

##### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur dalam penelitian ini dapat dilihat melalui table berikut ini :

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Responden	
		Frekuensi (Orang)	Persentase(%)
1.	20- 29 tahun	11	11
2.	30- 39 tahun	34	36
3.	40- 49 tahun	32	37
4.	Diatas 50 tahun	15	16
Total		92	100

Sumber : Data Primer 2019

Data data mengenai karakteristik responden berdasarkan umur, maka dari 92 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi umur responden antara 30 – 39 tahun yakni sebesar 34 orang atau 36%, sehingga dapat dikatakan bahwa yang menjadi konsumen dalam memilih sepeda motor Yamaha pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor adalah konsumen yang berumur antara 30 – 39 tahun.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat melalui table berikut ini :

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	
		Frekuensi (Orang)	Persentase(%)
1.	Pria	54	56
2.	Wanita	38	44
Total		92	100

Sumber : Data Primer, 2019

Berdasarkan data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang menunjukkan bahwa dari 92 responden yang diteliti, maka didominasi responden yang berjenis kelamin pria yakni sebesar 54 orang atau 56%, kemudian wanita sebesar 38 orang atau 44%, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jenis kelamin konsumen yang memilih sepeda motor merek Yamaha pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor adalah didominasi oleh kaum pria.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden menurut pekerjaan dapat dilihat melalui table berikut ini :

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Responden	
		Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	Pegawai Negeri	4	4
2.	Pegawai BUMN	3	3
3.	Pegawai Swasta	25	27
4.	Anggota ABRI	12	14
5.	Mahasiswa/Pelajar	24	26
6.	Pensiunan	9	9
7.	Pengusaha	15	17
Total		92	100

Sumber : Data Primer, 2019

Berdasarkan deskripsi responden menurut pekerjaan, Nampak bahwa sebagai besar responden mempunyai pekerjaan sebagai

pegawai swasta yakni sebagai 25 orang atau 27%, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagai besar konsumen yang memilih sepeda motor merek Yamaha pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor adalah mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden menurut tingkat pendidikan dapat dilihat melalui table berikut ini :

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Responden	
		Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	Sekolah Dasar	7	7
2.	Sekolah Menengah Pertama	15	17
3.	Sekolah Menengah Atas	26	28
4.	Akademi	27	29
5.	S1	17	19
	Total	92	100

Sumber : Data Primer 2019

Tabel 4.4 yakni karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan, yang menunjukkan bahwa dari 92 responden yang teliti, maka sebagai sebagian besar jenis pendidikan responden adalah Akademi yakni sebesar 27 orang atau sebesar 29%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata konsumen yang memilih sepeda motor merek Yamaha pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor adalah mempunyai pendidikan Akademi.

## 5. Karakteristik Responden Pendapatan

Karakteristik responden menurut pendapatan dapat dilihat melalui table berikut ini :

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Responden	
		Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	Dibawah 5 juta	10	10
2.	5 juta s/d 10 juta	37	42
3.	10 juta s/d 15 juta	26	28
4.	Diatas 15 juta	19	20
	Total	92	100

Sumber : Data Primer, 2019

Hasil deskripsi responden berdasarkan pendapatan, menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan responden yang sebesar dalam penelitian ini adalah 5 juta s/d 10 juta yakni sebesar 37 orang atau 37%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata pendapatan konsumen yang memilih sepeda motor merek Yamaha pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor adalah mempunyai pendapatan antara 5 juta s/d 10 juta.

### E. Deskripsi Variabel

PT. Suraco Jaya Abadi Motor adalah merupakan perusahaan yang bergerak di bidang dealer motor merek Yamaha, dimana dalam mengatasi ketatnya persaingan dengan perusahaan dealer motor lainnya, maka perusahaan perlu memperhatikan ekuitas merek, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ekuitas merek Yamaha terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Sepeda Motor pada PT.

Suraco Jaya Abadi Motor, yang terdiri dari : kinerja merek, citra sosial merek values, nilai yang diterima konsumen dan kepercayaan konsumen terhadap merek.

#### 1. Variabel Kinerja Merek (X1)

Adapun tanggapan responden mengenai kinerja merek, citra sosial merek values, nilai yang diterima konsumen dan kepercayaan konsumen terhadap merek pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor dapat dilihat melalui table beriku ini :

Table 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Merek (X1)

No	STS		TS		N		S		SS		Bobot	Rata-Rata
	F	%	F	%	3	%	4	%	5	%		
X1.1	9	9	15	16	36	39	30	32	2	20	277	3,01
X1.2	9	9	14	15	27	29	30	32	12	13	304	3,30
X1.3	3	3	10	10	39	42	37	40	3	3	313	3,40
<b>Rata-Rata</b>												3,40

Sumber : Data Primer, 2019

Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variable kinerja merek berada pada kriteria rendah dapat dilihat dari tingkat persentase dari responden hanya sebesar 3,40. Berdasarkan pada indikator tanggapan responden mengenai kinerja merek dengan pernyataan bahwa selama digunakan sepeda motor merek Yamaha relatif jauh dari kerusakan, nampak bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban netral yakni sebesar 36 orang atau 39%, kemudian pernyataan bahwa Sepeda motor merek Yamaha dirancang sedemikian rupa sehingga mempunyai kualitas terbaik, didominasi jawaban terbanyak

responden adalah setuju yakni sebesar 30 orang atau 32%, sedangkan pertanyaan bahwa merek Yamaha akan berfungsi dengan sangat baik, rata-rata jawaban responden adalah netral yakni sebesar 39 orang atau 42%.

## 2. Variabel Citra Sosial Merek (X2)

Selanjutnya akan disajikan tanggapan responden mengenai citra sosial merek values yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.7. Tanggapan Responden Mengenai Citra Sosial

Merek (X2)

No	STS		TS		N		S		SS		Bobot	Rata-Rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X2.1	8	8	12	13	34	36	33	35	4	5	291	3,16
X2.2	9	9	10	10	36	39	31	33	6	6	195	2,11
X2.3	8	8	11	11	33	35	34	36	6	6	295	3,20
X2.4	8	8	13	14	29	31	39	42	3	3	292	3,17
X2.5	5	5	18	19	12	13	43	46	9	9	287	3,02
<b>Rata-Rata</b>												3,20

Sumber : Data Primer, 2019

Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variable kinerja merek berada pada kriteria rendah dapat dilihat dari tingkat persentase dari responden hanya sebesar 3,20. Berdasarkan pada indikator tanggapan responden mengenai citra sosial merek, dengan pernyataan bahwa sepeda motor merek Yamaha sangat cocok dengan kepribadian saya, didominasi jawaban terbanyak responden adalah netral yakni sebesar 34 orang atau 36%, kemudian Saya bangga memilih

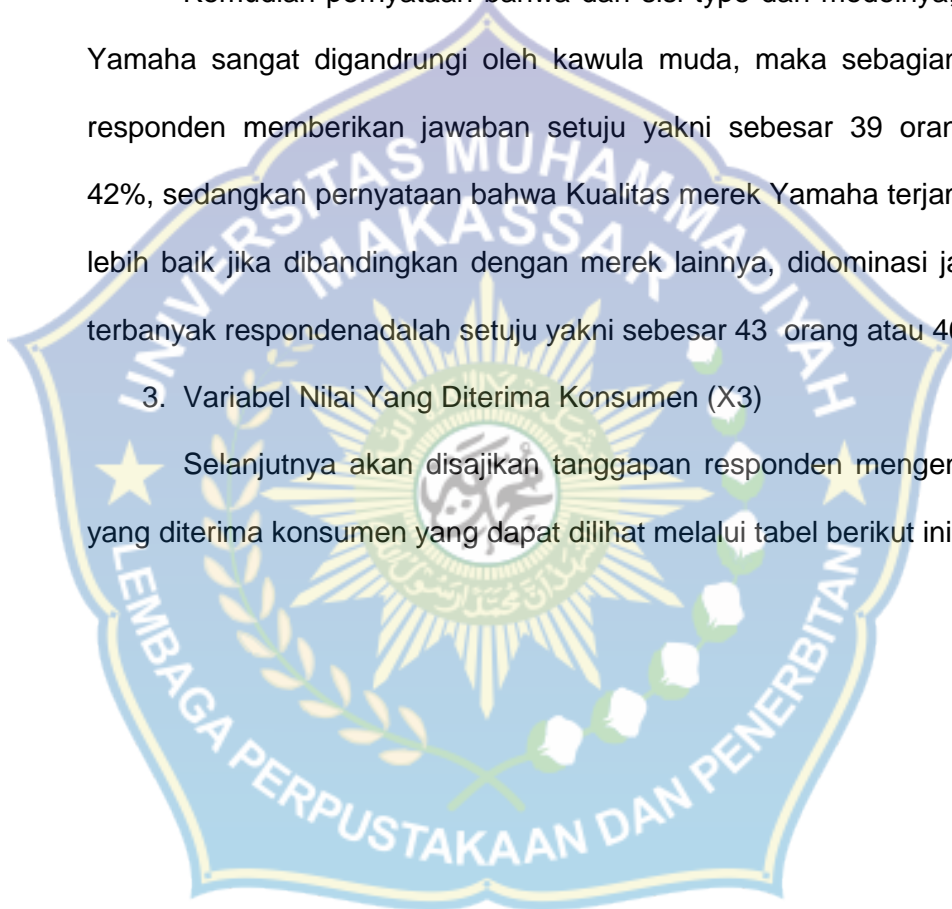


sepeda motor merek Yamaha, rata-rata responden memberikan jawaban netral yakni sebesar 36 orang 39%, Sepeda motor merek Yamaha dipandang berharga oleh teman-teman saya, jawaban terbanyak responden adalah antara netral dan setuju yakni masing-masing sebesar 34 orang atau 36%.

Kemudian pernyataan bahwa dari sisi type dan modelnya, merek Yamaha sangat digandrungi oleh kawula muda, maka sebagian besar responden memberikan jawaban setuju yakni sebesar 39 orang atau 42%, sedangkan pernyataan bahwa Kualitas merek Yamaha terjamin dan lebih baik jika dibandingkan dengan merek lainnya, didominasi jawaban terbanyak responden adalah setuju yakni sebesar 43 orang atau 46%.

### 3. Variabel Nilai Yang Diterima Konsumen (X3)

Selanjutnya akan disajikan tanggapan responden mengenai nilai yang diterima konsumen yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :



Tabel 4.8. Tanggapan Responden Mengenai Nilai Yang Diterima Konsumen (X3)

No	STS		TS		N		S		SS		Bobot	Rata-Rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X3.1	4	4	15	14	35	38	33	35	6	6	399	3,25
X3.2	6	6	17	18	30	32	34	34	5	5	390	3,15
X3.3	7	7	16	17	30	32	32	35	4	4	285	3,03
X3.4	5	5	13	14%	26	28	28	44	4	4	305	3,31
X3.5	2	2	10	10%	27	29	29	44	9	9	325	3,52
X3.6	3	3	9	9	35	36	46	39	6	6	321	3,39
X3.7	2	2	5	5	34	36	36	5	5	5	323	3,51
<b>Rata-Rata</b>												3,51

Sumber :Data Primer, 2019

Tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variable kinerja merek berada pada kriteria rendah dapat dilihat dari tingkat persentase dari responden hanya sebesar 3,51. Berdasarkan pada indikator tanggapan responden mengenai nilai yang diterima konsumen, dengan pernyataan Harga sepeda motor merek Yamaha dapat dijangkau, didominasi jawaban terbanyak responden setuju yakni sebesar 33 orang atau 35%, pernyataan bahwa dengan mempertimbangkan uang yang saya bayarkan untuk merek Yamaha, saya akan memperoleh manfaat yang jauh lebih banyak daripada nilai uang tersebut, maka rata-rata responden memberikan jawaban netral yakni sebesar 30 orang atau 32%. Kemudian pernyataan saya merasakan bahwa merek Yamaha sangat irit dengan bahan bakar yang

digunakan, rata-rata responden memberikan jawaban setuju yakni sebesar 35 orang atau 38%.

Pernyataan bahwa spareparts sepeda motor merek Yamaha mudahdiperoleh atau tersedia di mana-mana, didominasi jawaban terbanyak responden adalah setuju yakni sebesar 44 orang atau 47%, sedangkan pernyataan bahwa Merek sepeda motor Yamahamudah dibedakan dengan merek lainnya, didominasi jawaban terbanyak responden adalah setuju yakni sebesar 44 orang atau 47%, sepeda motor merek Yamaha paling inovatif karena memiliki kelengkapan produk, rata-rata responden memberikan jawaban setuju yakni sebesar 39 orang atau 42%. sedangkan pernyataan bahwa Produk sepeda motor merek Yamaha mempunyai konsumen yang terbanyak, didominasi jawaban terbanyak responden adalah setuju yakni sebesar 46 orang atau 5%.

#### 4. Variabel Kepercayaan Konsumen (X4)

Selanjutnya akan disajikan tanggapan responden mengenai kepercayaan konsumen terhadap merek yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.9. Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan Konsumen (X4)

No	STS		TS		N		S		SS		Bobot	Rata-Rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X4.1	6	6	12	13	32	34	35	38	7	7	301	3,27
X4.2	5	5	10	10	30	32	40	43	7	7	310	3,36
X4.3	3	3	13	13	35	38	34	36	7	7	305	3,31
X4.4	3	3	10	10	43	46	30	33	6	6	302	3,28
X4.5	5	5	5	5	29	30	51	46	7	7	321	3,48
<b>Rata-Rata</b>												3,48

Sumber : Data Primer, 2019

Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variable kinerja merek berada pada kriteria rendah dapat dilihat dari tingkat persentase dari responden hanya sebesar 3,48. Berdasarkan pada indikator tanggapan responden mengenai kepercayaan konsumen terhadap merek dengan pernyataan bahwa harga sepeda motor merek Yamaha dapat dijangkau, rata-rata responden memberikan jawaban netral yakni sebesar 32 orang atau 34%. Dengan mempertimbangkan uang yang saya bayarkan untuk merek Yamaha, saya akan memperoleh manfaat yang jauh lebih banyak daripada nilai uang tersebut, rata-rata responden memberikan jawaban setuju yakni sebesar 40 orang atau 43%. Saya merasakan bahwa merek Yamaha sangat irit dengan bahan bakar yang digunakan, sebagian besar responden memberikan jawaban netral yakni sebesar 35 orang atau 38%. Spareparts sepeda motor merek Yamaha mudah diperoleh atau tersedia di mana-mana, didominasi

jawaban terbanyak responden adalah netral yakni sebesar 43 orang atau 46%, sedangkan merek sepeda motor Yamaha mudah dibedakan dengan merek lainnya, maka sebagian besar responden memberikan jawaban setuju yakni sebesar 46 orang atau 5%.

#### 5. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Kemudian akan disajikan tanggapan responden mengenai keputusan konsumen dalam memilih sepeda motor yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.10. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)

No	STS		TS		N		S		SS		Bobot	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X5.1	1	1	9	9	35	38	36	39	11	11	328	3,56
X5.2	1	1	12	12	38	41	29	31	12	13	315	3,42
X5.3	2	2	14	15	30	32	36	39	10	10	384	3,08
X5.4	3	3	11	11	22	23	40	43	16	17	345	3,75
X5.5	4	4	10	10	24	26	42	45	12	13	325	3,53
<b>Rata-Rata</b>												3,75

Sumber :Data Primer, 2019

Tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variable kinerja merek berada pada kriteria rendah dapat dilihat dari tingkat persentase dari responden hanya sebesar 3,75. Berdasarkan pada indikaor tanggapan responden mengenai keputusan konsumen dalam memilih sepeda motor, dengan pernyataan bahwa kinerja sepeda motor Yamaha sangat baik sehingga mempengaruhi keputusan

pembelian sepeda motor merek Yamaha, rata-rata responden memberikan jawaban netral yakni sebesar 35 orang atau 38%, kemudian Citra yang melekat pada sepeda motor merek Yamaha membuat konsumen untuk membeli, didominasi jawaban terbanyak responden adalah netral yakni sebesar 38 orang atau 31%, Nilai yang diterima konsumen atas sepeda motor merek Yamaha mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian, rata-rata responden memberikan jawaban setuju yakni sebesar 36 orang atau 39%.

Kemudian pernyataan bahwa kepercayaan konsumen atas sepeda motor merek Yamaha sangat tinggi sehingga berpengaruh dalam keputusan pembelian, didominasi jawaban terbanyak responden adalah setuju yakni sebesar 40 orang atau 43%, sedangkan Perasaan pribadi terhadap merek Yamaha mempengaruhi keputusan pembelian, sebagian besar responden memberikan jawaban setuju yakni sebesar 42 orang atau 45%.

## F. Pengujian Reliabilitas dan Validitas

### 1. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, peneliti memakai kuesioner sebagai alat pengukur pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor. Sebelum dilakukan analisis, kuesioner tersebut harus diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu. Uji Reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur dapat dipercaya. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konstan atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengujian reliabilitas konstruk pada penelitian ini akan menggunakan nilai cronbach's alpha yang dihasilkan melalui pengolahan data SPSS. Jika nilai cronbach's alpha > 0,60 maka dikatakan reliabel (Ghozali, 2001). Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.11 yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kinerja merek	0,848	Reliabel
Citra sosial merek	0,867	Reliabel
Nilai yang diterima konsumen	0,857	Reliabel
Kepercayaan konsumen terhadap merek	0,829	Reliabel
Keputusan konsumen dalam memilih	0,817	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan menggunakan SPSS 22

Dari tabel 4.11 yakni hasil uji reliabilitas atas variabel penelitian ekuitas merek (kinerja merek, citra sosial, nilai yang diterima, kepercayaan konsumen) dengan keputusan pembelian sepeda motor menunjukkan semua item pertanyaan semuanya reliabel sebab memiliki nilai cronbach's alpha ( ) di atas 0,60, dimana dapat dirinci untuk variabel kinerja merek dengan cronbach's alpha sebesar 0,848, citra sosial merek dengan cronbach's alpha sebesar 0,867, nilai yang diterima konsumen dengan cronbach's alpha sebesar 0,857, kepercayaan konsumen terhadap merek dengan cronbach's alpha sebesar 0,829, dengan keputusan konsumen dalam memilih sepeda motor sebesar 0,817.

## 2. Uji Validitas

Uji validitas daftar pertanyaan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, validitas konstruk diperoleh dengan menghitung korelasi antara masing-masing validitas dengan skor total dengan memakai rumus *correlate bivariate pearson* (korelasi person) dengan program SPSS. Secara statistik angka korelasi yang diperoleh harus diuji terlebih dahulu untuk menyatakan apakah nilai korelasi yang dihasilkan signifikan atau tidak. Jika angka korelasi yang diperoleh negatif maka hal ini berkaitan dengan pernyataan lainnya dan karena itu pernyataan tersebut tidak valid atau tidak konsisten dengan pernyataan yang lain. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini :

Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas

Dimensi	Varaiabel	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Keterangan
Kinerja merek	X11	0,801	0.195	Valid
	X12	0,762	0.195	Valid
	X13	0,551	0.195	Valid
Citra sosial merek	X21	0,644	0.195	Valid
	X22	0,558	0.195	Valid
	X23	0,598	0.195	Valid
	X24	0,658	0.195	Valid
	X25	0,397	0.195	Valid



Nilai yang diterima konsumen	X31	0,525	0.195	Valid
	X32	0,637	0.195	Valid
	X33	0,616	0.195	Valid
	X34	0,701	0.195	Valid
	X35	0,760	0.195	Valid
	X36	0,681	0.195	Valid
	X37	0,321	0.195	Valid
Kepercayaan konsumen	X41	0,619	0.195	Valid
	X42	0,627	0.195	Valid
	X43	0,625	0.195	Valid
	X44	0,705	0.195	Valid
	X45	0,694	0.195	Valid
Keputusn pembelian Sepeda motor	Y1	0,651	0.195	Valid
	Y2	0,670	0.195	Valid
	Y3	0,737	0.195	Valid
	Y4	0,757	0.195	Valid
	Y5	0,644	0.195	Valid

Sumber : Data diolah dengan menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.12 yakni hasil uji validitas dapat dijelaskan bahwa seluruh item pertanyaan dalam variabel independent ekuitas merek (kinerja merek, citra sosial merek, nilai yang diterima, kepercayaan konsumen terhadap merek) dengan variabel dependent yang digunakan sah/valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai masing-masing koefisien korelasi memiliki nilai positif dan angka signifikan yang lebih kecil dari 0,05.

Sehingga kesimpulan yang diambil adalah semua item pertanyaan sudah sah atau valid.

G. Analisis Regresi Linear Berganda mengenai Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Sepeda Motor Merek Yamaha

Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas ekuitas merek (kinerja merek, citra sosial merek, nilai yang diterima konsumen, kepercayaan konsumen terhadap merek) dengan variabel terikat (keputusan pembelian sepeda motor). Berdasarkan hasil olahan data computer dengan SPSS release 17 dapat disajikan nilai koefisien regresi melalui tabel 4.13 yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.13. Hasil Olahan Data Koefisien Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.614	1.337		1.207	.231
	X1	.384	.122	.278	3.158	.002
	X2	.249	.074	.253	3.358	.001
	X3	.121	.069	.150	1.763	.081
	X4	.330	.101	.309	3.261	.002

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah dengan menggunakan SPSS 22

Berdasarkan hasil olahan data persamaan regresi atas ekuitas merek, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,614 + 0,384X_1 + 0,249X_2 + 0,121X_3 + 0,330X_4 + e$$

Keterangan :

$b_0 = 1,614$  merupakan nilai konstanta, jika nilai  $X_1, X_2, X_3, X_4$  dianggap 0 maka nilai dari keputusan konsumen adalah sebesar 1,614

$b_1 = 0,384$  artinya variable kinerja merk berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen pada pengguna sepeda motor akan meningkat sebesar 0.384 satuan , dengan asumsi dengan bahwa nilai variabel lainnya tetap.

$b_2 = 0,249$  artinya variable citra sosial merek berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen pada pengguna sepeda motor akan meningkat sebesar 0.249 satuan , dengan asumsi dengan bahwa nilai variabel lainnya tetap.

$b_3 = 0,121$  artinya variable nilai yang diterima konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen pada pengguna sepeda motor akan meningkat sebesar 0.121 satuan , dengan asumsi dengan bahwa nilai variabel lainnya tetap.

$b_4 = 0,330$  artinya variable kepercayaan kindumen berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen pada pengguna sepeda motor akan meningkat sebesar 0.330 satuan , dengan asumsi dengan bahwa nilai variabel lainnya tetap.

$e =$  error (0,05)

## H. Pengujian Hipotesis

### 1. pengujian persial T (Persial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.614	1.337		1.207	.231
	X1	.384	.122	.278	3.158	.002
	X2	.249	.074	.253	3.358	.001
	X3	.121	.069	.150	1.763	.081
	X4	.330	.101	.309	3.261	.002

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah dengan menggunakan SPSS 22

Berdasarkan hasil table tentang uji t, dapat dilihat pengaruh dari masing-masing variable kinerja merek (x1), citra sosial merek (x2), nilai yang diterima konsumen (x3), dan kepercayaan konsumen (x4) dapat dilihat dari nilai signifikan (probabilitas). Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variable tersebut secara individu berpengaruh signifikan.

#### a) Uji variable kinerja merek ( $X_1$ )

Hasil pengujian SPSS untuk variabel kinerja merek ( $X_1$ ) terhadap keputusan konsumen (Y), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,002. Hal ini berarti variabel kinerja merek ( $x_1$ ) mempunyai pengaruh signifikan variabel kinerja merek ( $x_1$ ) lebih kecil dari 0,05 dengan demikian hipotesis  $H_1$  diterima.

b) Uji variable citra sosial merek ( $X_2$ )

Hasil pengujian SPSS untuk variabel citra sosial merek ( $X_2$ ) terhadap keputusan konsumen (Y), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001. Hal ini berarti variabel kinerja citra sosial merek ( $x_2$ ) mempunyai pengaruh signifikan variabel kinerja merek ( $x_2$ ) lebih kecil dari 0,05 dengan demikian hipotesis  $H_1$  diterima.

c) Uji variable nilai yang diterima konsumen ( $X_3$ )

Hasil pengujian SPSS untuk variabel nilai yang diterima konsumen ( $X_3$ ) terhadap keputusan konsumen (Y), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,002. Hal ini berarti variabel nilai yang diterima konsumen ( $x_3$ ) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai signifikansi variabel nilai yang diterima konsumen lebih besar dari 0,05 dengan demikian  $H_1$  ditolak.

d) Uji variable kepercayaan konsumen ( $X_4$ )

Hasil pengujian SPSS untuk variabel kepercayaan konsumen ( $X_4$ ) terhadap keputusan konsumen (Y), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,002. Hal ini berarti variabel kinerja merek ( $x_1$ ) mempunyai pengaruh signifikan variabel kepercayaan konsumen ( $x_4$ ) lebih kecil dari 0,05 dengan demikian hipotesis  $H_1$  diterima.

## 2. Uji F (Simultan)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	821.006	4	205.252	44.724	.000 <sup>b</sup>
	Residual	435.984	95	4.589		
	Total	1256.990	99			

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah dengan menggunakan SPSS 22

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa variable independen memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variable dependen. Hal ini buktikan dengan nilai signifikan (sig)  $0,000 < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa variable kinerja merek, citra sosial merek, nilai yang diterima konsumen dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha.

#### I. Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan dalam penelitian ini ditekankan dalam menguji pengaruh antara ekuitas merek (kinerja merek, citra sosial merek, nilai merek, dan kepercayaan konsumen) terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha. Dimana dari hasil pengujian ternyata ekuitas merek berpengaruh secara positif dan signifikan dengan keputusan pembelian sepeda motor, hal ini dapat diuraikan sebagai berikut :

##### 1. Pengaruh kinerja merek dengan keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor merek Yamaha

Dari persamaan regresi linier berganda diketahui pengaruh antara kinerja merek dengan keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor merek Yamaha memiliki pengaruh yang positif, dimana dengan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,384 dengan nilai sig = 0,002, yang artinya semakin tinggi kinerja produk sepeda motor merek Yamaha maka akan dapat meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor merek Yamaha. Sedangkan dengan nilai sig 0,384 yang lebih kecil dari = 0,05, karena dengan nilai value  $< 0,05$  berarti ada pengaruh yang

signifikan antara kinerja merek dengan keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor merek Yamaha.

2. Pengaruh citra sosial merek dengan keputusan konsumen dalam membeli

Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,249 dengan nilai sig 0,001. Hal ini dapat diartikan bahwa peningkatan citra sosial merek akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor merek Yamaha, sedangkan ditinjau dari hasil uji value nampak ada pengaruh yang signifikan antara citra sosial merek dengan keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor merek Yamaha.

3. Pengaruh nilai yang diterima konsumen dengan keputusan dalam membeli

Dari hasil uji regresi maka diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,121 dengan nilai sig = 0,081, sehingga dapat diartikan bahwa nilai yang diterima konsumen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor merek Yamaha. Artinya, secara statistic dapat ditunjukkan bahwa kinerja merek belum mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen.

4. Pengaruh antara kepercayaan konsumen terhadap merek dengan keputusan membeli sepeda motor merek Yamaha

Berdasarkan hasil koefisien regresi, diperoleh nilai  $b = 0,330$ , yang dapat diartikan bahwa peningkatan kepercayaan konsumen terhadap merek dengan keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor merek Yamaha. Sedangkan dilihat dari hasil signifikansi sebesar  $= 0,002 < = 0,05$ . Hal ini dapatlah disimpulkan semakin tinggi kepercayaan konsumen

dalam membeli maka akan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor merek Yamaha.





## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan sebelumnya, penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh antara ekuitas merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa memberikan pengaruh secara simultan dari variable kinerja merek, citra sosial merek dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen. dan variabel nilai yang diterima konsumen tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.
2. Secara parsial variabel ekuitas merek yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha adalah citra sosial merek, alasannya karena memiliki nilai koefisien regresi terbesar jika dibandingkan dengan nilai koefisien regresi variabel lainnya yakni sebesar 0,249 selain itu memiliki nilai Thitung yang terbesar yakni sebesar 3.358.

#### 2. Saran

Dari kesimpulan yang dikemukakan di atas, penulis mengajukan saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya PT. Suraco Jaya Abadi Motor mempertahankan ekuitas merek disertai dengan peningkatan kualitas pelayanan bagi konsumen sehingga omzet penjualan sepeda motor merek Yamaha meningkat.
2. Kiranya PT. Suraco Jaya Abadi Motor dapat meningkatkan kinerja merek sehingga jumlah konsumen atau pelanggan bertambah banyak

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tanti. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aaker, David D. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Edisi 8. Salemba Empat. Jakarta.
- Ali Hasan, 2013, *Marketing*, Cetakan Pertama, Media Pressdindo Yogyakarta,
- Annafik, Aldaan, F. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang. <http://jurnal.stietotalwin.ac.id/index.php/JurnalIlmuManajemendanAkuntansi/article/view/66>. Diakses tanggal 21 April 2015. Hal.4-12.
- Billy C. Roring, dkk, *Pencitraan Merek, Penetapan Harga dan Inovasi Produk Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Membeli Mobil Toyota Avanza*, Jurnal EMBA, Volume 2, Nomer 3, 2014.
- Fianto, Achmad Yanu Alif, Djumilah Hadiwidjojo, Siti Aisjah, dan Solimun. 2014. *The Influence of Brand Image on Purchase Behavior Through Brand Trust*. *Journal of Business Management and Strategy*. Macrothink Institute.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus –Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Penerbit CAPS (Center for Academi Publishing Service).
- Husugian J. 2015. "Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel (Survei Terhadap Pelanggan Telkomsel di Grapari Samarinda)". *Jurnal Ilmu Administrasi dan Bisnis*. Vol 3 Issue 4. Pp 4-16
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016: *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler P, Keller KL. 2013. *Manajemen Pemasaran*, jilid Kedua. Airlangga. Jakarta.
- Kotler, P., Armstrong, G. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kristiani, Nela dan Nanang, Whyudin. 2012. "Pengaruh Persepsi Atribut Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mobil Merek Isuzu Elf Studi Pada PT. Karya Zirang Utama Isuzu Semarang". *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*. Vol 3. <http://jurnal.stietotalwin.ac.id/index.php/Jurnal>

Ilmu Manajemen dan Akuntansi/article/view/66. Diakses tanggal 21 april 2015. Hal.11-20.

Mudiantono, Fuad Asshiddieqi, 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk Crooz di Distro Store)*. Di Penegoro *Journal of Management*. Vol 1 Nomor 1, Tahun 2012, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>. Diakses pada 22 Februari 2014 Hal 1-9.

Oladepo, Onigbinde I., & Abimbola, Odunlami S. 2015. *The influence of Brand Image and Promotional Mix On Consumer Buying Decision – A Study of Beverage Consumer In Lagos State, Nigeria*. *British Journal of Marketing Studies*. United Kingdom : European Centre for Research Training and Development.

Randang Wahyudi, 2013. *Kualitas Produk, Atribut Produk dan Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng*. *Jurnal EMBA* ISSN 2303-1174. Vo1. 1 No.3 September 2013, Hal. 701-709.

Sunyoto, Dadang, 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (cetakan pertama)*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Bisnis, Vol.10, No. 2

Swasty, Wirania. 2016. *Branding"Memahami dan Merancang Strategi Merek"*. Bandung:PT. REMAJA ROSDAKARYA.

Suryani, Tatik 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet. Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Sunyoto, Danang, 2014. *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*.Cetakan ke-2. Yogyakarta: CAPS (Center for Acafemic Publishing Service).

Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi pemasaran*. Edisi kedua. Cetakan keenam. Penerbit. Andi. Yogyakarta.

Walangitan, M. 2017. *Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di kopi bpx wanea manado: JMBI.Vo1.4 No3Hal. 162-167*. At:<https://ejournal.unsrat.ic.id/index.php/jmbi/article/view/17993/17517>diakses tanggal 26 september 2018

*L*

*A*



*N*

## LAMPIRAN 1

### KUESIONER UNTUK PARA KONSUMEN PADA PT. SURACO JAYA ABADI MOTOR CABANG SUNGGUMINASA

Bapak/Ibu/Sdr (i) yang terhormat,

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penulisan skripsi dalam rangka salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar mengenai : “Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa.”

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka saya memohon dengan sangat kepada Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan. Data kuesioner ini akan digabung dengan data lain untuk memperoleh hasil yang diinginkan dalam penelitian ini.

Demikian saya sampaikan, atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/ Sdr(i) terlebih dahulu kami ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Sri Wahyu Ningsih

**TANGGAPAN ANDA MENGENAI PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA PADA  
PT. SURACO JAYA ABADI MOTOR CABANG SUNGGUMINASA**

**IDENTITAS BAPAK / IBU/ SDR (I)**

**1. Umur**

- 20 - 29 tahun
- 30 - 39 tahun
- 40 - 49 tahun
- Diatas 50 tahun

**2. Jenis Kelamin**

- Pria
- Wanita

**3. Pekerjaan**

- Pegawai Negeri
- Pegawai BUMN
- Pegawai Swasta
- Anggota ABRI
- Mahasiswa/Pelajar
- Pensiunan
- Pengusaha

**4. Tingkat Pendidikan**

- Sekolah Dasar
-

**Sekolah Menengah Pertama**

- Sekolah Menengah Atas**
- Akademi**
- S1**

**5. Tingkat Pendapatan**

- Dibawah 5 juta**
- 5 juta s/d 10 juta**
- 10 juta s/d 15 juta**
- Diatas 15 juta**



PILIH LAH SALAH SATU JAWABAN PERTANYAAN DI BAWAH INI YANG  
 DIANGGAP PALING TEPAT DENGAN MEMBERI TANDA  (Contreng) :

- Pilihan jawaban : Nilai
- a. Sangat tidak setuju : 1
  - b. Tidak setuju : 2
  - c. Netral : 3
  - d. Setuju : 4
  - e. Sangat setuju : 5

**A. CITRA MEREK**

**Kinerja Merek (X1)**

No	Item	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Selama digunakan sepeda motor merek Yamaha relatif jauh dari kerusakan					
2	Sepeda motor merek Yamaha dirancang sedemikian rupa sehingga mempunyai kualitas terbaik					
3	Merek Yamaha akan berfungsi dengan sangat baik					



**Citra Sosial Merek (X2)**

No	Item	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Sepeda motor merek Yamaha sangat cocok dengan kepribadian saya					
2	Saya bangga memilih sepeda motor merek Yamaha					
3	Sepeda motor merek Yamaha dipandang berharga oleh teman-teman saya					
4	Dari sisi type dan modelnya, merek Yamaha sangat digandrungi oleh kawula muda					
5	Kualitas merek Yamaha terjamin dan lebih baik jika dibandingkan dengan merek lainnya					

**Nilai Yang Diterima Konsumen (X3)**

No	Item	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Harga sepeda motor merek Yamaha dapat dijangkau					
2	Dengan mempertimbangkan uang yang saya bayarkan untuk merek Yamaha, saya akan memperoleh manfaat yang jauh lebih banyak daripada nilai uang tersebut					

3	Saya merasakan bahwa merek Yamaha sangat irit dengan bahan bakar yang digunakan					
4	Spareparts sepeda motor merek Yamaha mudah diperoleh atau tersedia di manamana					
5	Merek sepeda motor Yamaha mudah dibedakan dengan merek lainnya					
6	Sepeda motor merek Yamaha paling inovatif karena memiliki kelengkapan produk					
7	Produk sepeda motor merek Yamaha mempunyai konsumen yang terbanyak					

**Kepercayaan Konsumen terhadap merek (X4)**

No	Item	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya yakin perusahaan dan para karyawan yang bekerja untuk sepeda motor merek Yamaha sangat terpercaya					
2	Berkaitan dengan minat konsumen, perusahaan ini tampak memberikan perhatian yang sangat besar					
3	Saya percaya bahwa perusahaan ini tidak akan memperlakukan konsumen hanya demi keuntungan perusahaan					

4	Saya percaya dengan merek Yamaha yang terkenal sejak turun temurun					
5	Kualitas sepeda motor merek Yamaha terkenal sejak dulu kala					

**KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR (Y)**

No	Item	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Kinerja sepeda motor Yamaha sangat baik sehingga mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha					
2	Citra yang melekat pada sepeda motor merek Yamaha membuat konsumen untuk membeli					
3	Nilai yang diterima konsumen atas sepeda motor merek Yamaha mempengaruhi keputusan pembelian					
4	Kepercayaan konsumen atas sepeda motor merek Yamaha sangat tinggi sehingga berpengaruh dalam keputusan pembelian					
5	Perasaan pribadi terhadap merek Yamaha mempengaruhi keputusan pembelian					

**LAMPIRAN 2 :**

**Hasil Tabulasi Mengenai Profil Responden Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa Kab. Gowa**

No Resp	Profil Responden				
	Umur	Jankel	Pek	TktPend	Pendpet
1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2
3	2	2	3	2	3
4	2	2	4	2	4
5	3	2	5	2	4
6	3	2	6	2	4
7	3	2	7	3	4
8	3	1	2	3	4
9	3	1	7	3	4
10	4	1	7	3	4
11	4	1	3	4	3
12	4	1	7	4	3
13	4	1	3	4	3
14	4	2	3	5	3
15	4	2	3	5	3
16	4	2	3	5	3
17	4	2	4	5	3
18	4	2	4	5	3
19	4	1	4	5	1
20	3	1	4	4	2
21	3	1	4	4	2
22	3	1	3	4	1
23	3	1	3	4	1
24	3	1	3	4	1
25	3	1	3	4	1
26	3	1	6	4	2
27	2	1	6	4	2
28	2	1	6	4	2
29	2	1	6	4	2
30	2	1	6	4	3
31	1	1	6	4	3
32	1	1	7	4	3
33	1	1	7	3	3
34	1	1	8	3	4
35	2	1	8	1	4
36	2	1	7	5	4

37	2	2	7	5	4
38	2	2	7	5	4
39	2	2	7	2	4
40	2	1	7	2	4
41	2	1	7	2	4
42	3	1	7	2	4
43	3	1	7	2	3
44	3	1	7	2	3
45	4	1	7	2	3
46	4	1	5	1	3
47	4	1	5	1	3
48	3	1	5	1	3
49	3	2	6	1	2
50	3	2	6	5	2
51	1	1	3	1	1
52	2	2	4	2	1
53	2	2	4	2	1
54	2	2	4	3	2
55	2	2	5	3	2
56	2	2	5	3	2
57	2	2	5	4	3
58	2	1	6	4	3
59	2	1	6	3	3
60	2	1	6	3	3
61	3	1	4	3	4
62	3	2	4	3	4
63	3	2	4	3	4
64	3	2	4	4	4
65	2	2	4	4	4
66	2	2	4	3	4
67	2	2	4	3	4
68	2	2	3	3	3
69	2	2	3	3	3
70	2	1	3	3	3
71	3	1	3	4	3
72	4	1	3	4	3
73	4	1	3	5	2
74	2	1	4	4	2
75	2	2	4	4	2
76	2	2	4	4	2
77	2	2	5	4	2
78	1	2	5	3	3
79	2	2	3	3	3



80	3	1	3	3	3
81	3	1	3	3	4
82	4	1	3	3	4
83	3	1	3	3	3
84	3	2	3	4	3
85	3	1	4	4	3
86	2	2	4	4	3
87	1	2	4	4	4
88	2	1	5	5	4
89	3	1	5	3	3
90	4	1	6	3	3
91	3	1	3	3	4
92	2	2	3	3	4



**LAMPIRAN 3 :**

**Hasil Jawaban Responden Mengenai Ekuitas Merek Sepeda Motor Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa Kab.Gowa**

No Resp	Kinerja Merek			Citra Sosial Merek					Nilai Yang Diterima Konsumen							Kepercayaan Konsmen Terhadap Keputusan					Kep Pelanggan dalam Memilih Sepeda Motor				
	X11	X12	X13	X21	X22	X23	X24	X25	X31	X32	X33	X34	X35	X36	X37	X41	X42	X43	X44	X45	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
1	1	1	2	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	3	1	1	1	1	4	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2
3	1	1	1	1	1	1	1	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1
4	1	1	2	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2
5	1	1	3	4	4	4	4	4	1	1	1	1	2	2	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
6	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
13	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
14	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4
15	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	4	4	5
16	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	4
18	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4
19	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4
20	3	3	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
21	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	5	4	4	4	1
22	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	2	5	4	1	1	2
23	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	4	3	2	2	2
24	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	4	3	2	2	2

25	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	4	3	2	2	2
26	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	4	3	2	2	2
27	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	4	3	2	2	3
28	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3
29	2	2	3	4	4	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3
30	2	3	3	3	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	2	3	3
31	2	2	3	3	3	1	1	1	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	2	3	3
32	2	2	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3
33	2	2	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	1	3	5	5	3	4	3	3	3	3	3	3
34	2	2	4	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	5	3	3	4	3	3	3	3	4
35	3	5	4	1	1	2	2	2	3	3	1	1	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4
36	3	3	4	1	4	4	3	2	3	3	2	2	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4
37	3	3	4	1	4	4	1	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	5	2	2	4	4	2
38	1	1	2	2	4	4	4	4	3	3	1	1	3	3	3	3	4	5	3	4	2	2	2	2	2
39	1	1	2	2	4	4	4	4	3	3	1	1	3	3	3	3	3	4	3	4	2	2	2	2	5
40	3	3	4	2	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	4	2	2	4	5	5
41	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	5	5	4
42	3	3	3	3	4	4	4	4	1	1	3	3	4	4	3	3	3	4	2	4	3	3	5	4	4
43	3	3	3	3	4	4	4	4	1	1	3	4	4	4	4	2	4	3	2	4	3	3	4	4	4
44	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	4	4	4	4	1	4	3	3	3	3	3	4	4	4
45	1	1	1	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	4
46	1	1	1	4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	2	4	1	3	3	3	3	4	4	5
47	2	2	2	4	3	3	4	3	2	2	4	4	5	5	3	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4
48	2	2	2	4	3	3	4	2	3	3	3	3	5	5	3	3	5	2	3	4	3	4	4	4	4
49	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	5	3	4	5	4	4
50	3	3	3	5	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	5	5	3	4
51	3	4	4	3	3	1	2	1	3	4	5	3	3	3	2	3	2	3	3	4	4	5	3	3	3
52	4	4	4	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3
53	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4
54	3	4	4	4	4	2	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4
55	4	4	4	4	4	2	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4



56	4	4	5	4	5	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4
57	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
58	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
59	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
60	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	3	3	5	4	4	5	3	4	5	4
61	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	3	4	5	3
62	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3
63	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3
64	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
65	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4
66	3	3	3	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
67	3	3	3	5	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	5	3	4	4
68	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	5	4	4	5
69	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	5
70	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	5	4
71	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	4
72	4	4	4	3	1	3	3	4	4	4	3	3	4	3	1	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4
73	4	4	4	3	1	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
74	4	5	3	3	1	3	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	5	4	5	4	3	4	4
75	4	5	3	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
76	3	4	3	3	2	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	1	4	5	4	4	3
77	3	4	3	4	2	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3
78	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	4	3	3
79	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4
80	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	4	3	4
81	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	3	3	3	3	5
82	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
83	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3
84	4	4	3	3	5	4	3	3	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3
85	4	4	4	3	5	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3
86	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4

87	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
88	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4
89	4	5	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4
90	4	5	3	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
91	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
92	3	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4











Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.03	.13	.09	.00	.00	.00	.00	.09	.00	.00	.00
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
J Pearson Correlation	.801**	.762**	.551**	.644**	.558**	.594**	.357**	.436**	.330**	.310**	.548**	.442**	.495**	.658**	.321**	.619**	.627**	.625**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

**Correlations**

	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	JML
P1 Pearson Correlation	.530**	.469**	.553**	.478**	.547**	.654**	.442**	.801**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92
P2 Pearson Correlation	.554**	.483**	.557**	.492**	.485**	.596**	.437**	.762**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92
P3 Pearson Correlation	.391**	.371**	.376**	.295**	.402**	.460**	.369**	.551**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92
P4 Pearson Correlation	.377**	.338**	.368**	.512**	.399**	.374**	.422**	.644**
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92
P5 Pearson Correlation	.199	.413**	.135	.262*	.475**	.437**	.296**	.558**
Sig. (2-tailed)	.058	.000	.201	.012	.000	.000	.004	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92
P6 Pearson Correlation	.358**	.400**	.243*	.316**	.562**	.474**	.341**	.594**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.019	.002	.000	.000	.001	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92
P7 Pearson Correlation	.357**	.436**	.330**	.310**	.548**	.442**	.495**	.658**





P17	Pearson Correlation	.365**	.592**	.219*	.382**	.599**	.525**	.539**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.036	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
P18	Pearson Correlation	.449**	.499**	.299**	.310**	.394**	.485**	.407**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.003	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
P19	Pearson Correlation	1	.417**	.608**	.527**	.412**	.471**	.384**	.705**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
P20	Pearson Correlation	.417**	1	.443**	.382**	.577**	.524**	.508**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
P21	Pearson Correlation	.608**	.443**	1	.659**	.416**	.403**	.241*	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.021	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
P22	Pearson Correlation	.527**	.382**	.659**	1	.497**	.513**	.407**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
P23	Pearson Correlation	.412**	.577**	.416**	.497**	1	.787**	.584**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
P24	Pearson Correlation	.471**	.524**	.403**	.513**	.787**	1	.643**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
P25	Pearson Correlation	.384**	.508**	.241*	.407**	.584**	.643**	1	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.021	.000	.000	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
JML	Pearson Correlation	.705**	.694**	.651**	.670**	.737**	.757**	.644**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



## B. Hasil Uji Reabilitas

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	92.0
	Excluded <sup>a</sup>	8	8.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	73.4348	167.721	.721	.848
X2	67.1304	154.247	.603	.867
X3	59.3261	131.761	.682	.857
X4	66.0870	148.476	.764	.829
Y	65.3261	140.530	.804	.817

## LAMPIRAN 5

### ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X2, X3, X1 <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.814 <sup>a</sup>	.663	.648	2.19869	.718

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	828.421	4	207.105	42.841	.000 <sup>b</sup>
	Residual	420.579	87	4.834		
	Total	1249.000	91			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

**Coefficients<sup>a</sup>**

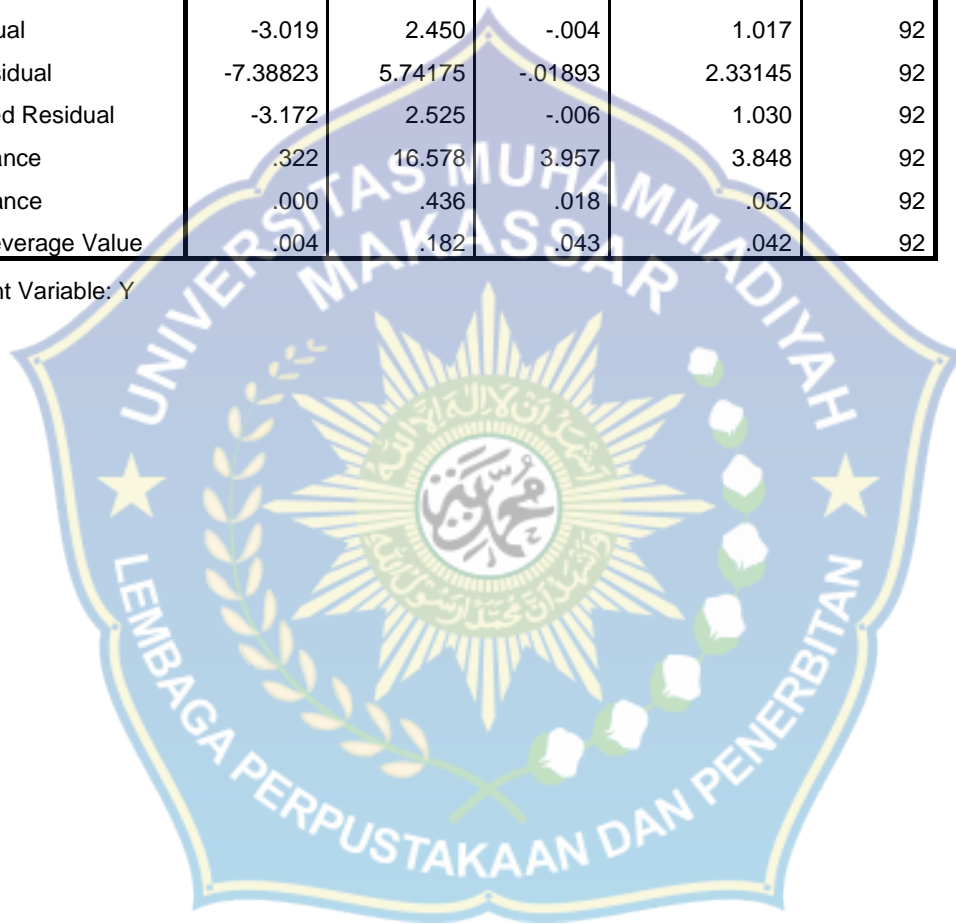
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.614	1.337		1.207	.231
	X1	.384	.122	.278	3.158	.002
	X2	.249	.074	.253	3.358	.001
	X3	.121	.069	.150	1.763	.081
	X4	.330	.101	.309	3.261	.002

a. Dependent Variable: Y

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

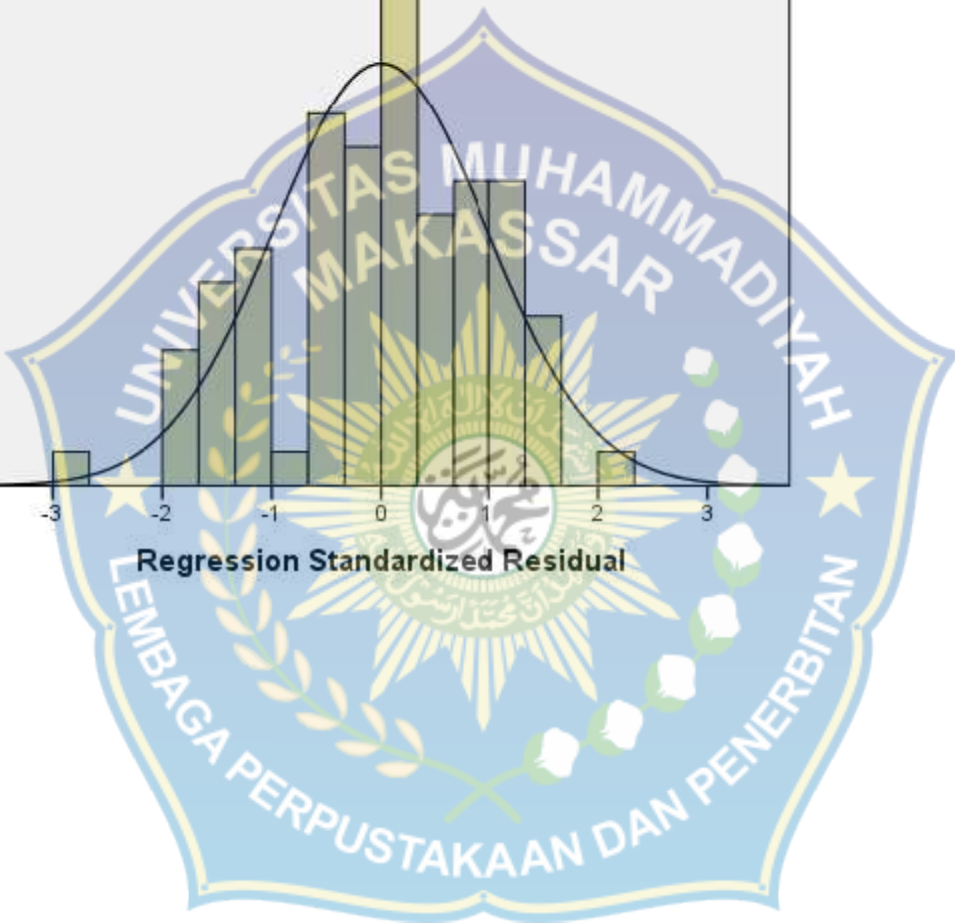
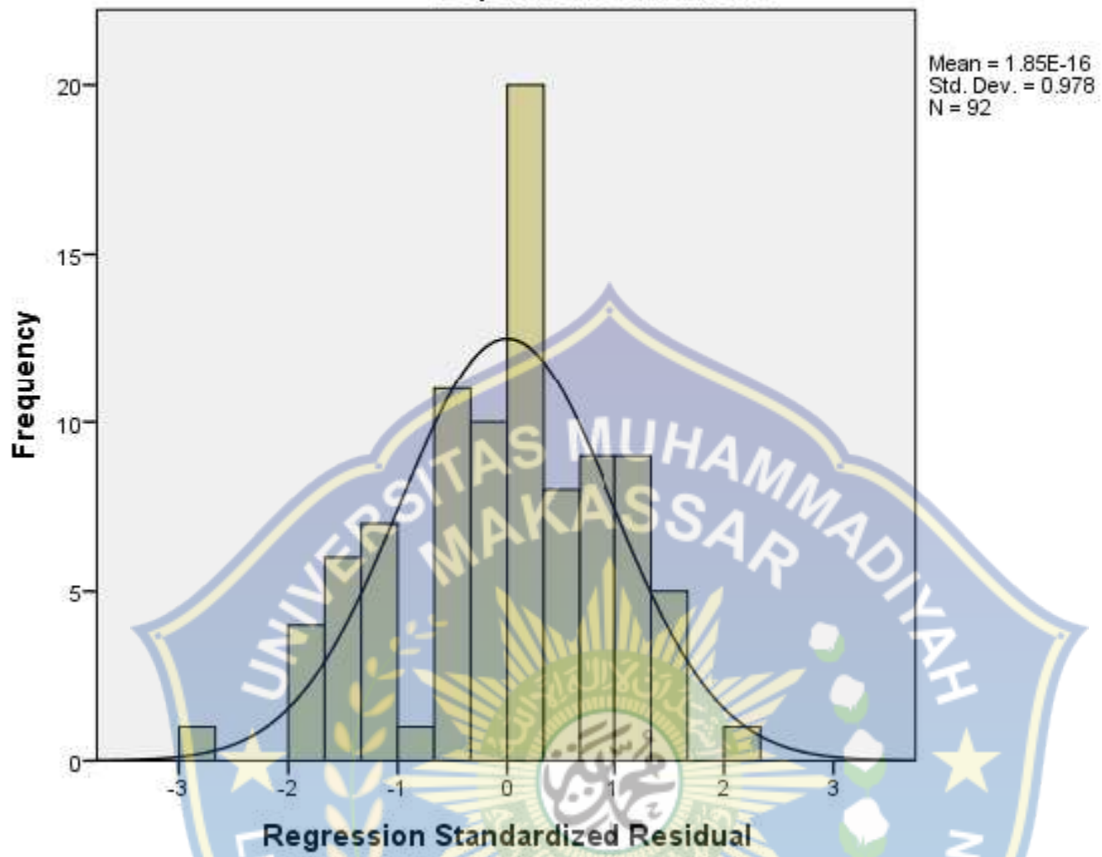
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	7.4976	22.4277	17.5000	3.01721	92
Std. Predicted Value	-3.315	1.633	.000	1.000	92
Standard Error of Predicted Value	.264	.966	.483	.173	92
Adjusted Predicted Value	7.2219	22.2903	17.5189	3.00408	92
Residual	-5.96194	5.05462	.00000	2.14982	92
Std. Residual	-2.712	2.299	.000	.978	92
Stud. Residual	-3.019	2.450	-.004	1.017	92
Deleted Residual	-7.38823	5.74175	-.01893	2.33145	92
Stud. Deleted Residual	-3.172	2.525	-.006	1.030	92
Mahal. Distance	.322	16.578	3.957	3.848	92
Cook's Distance	.000	.436	.018	.052	92
Centered Leverage Value	.004	.182	.043	.042	92

a. Dependent Variable: Y



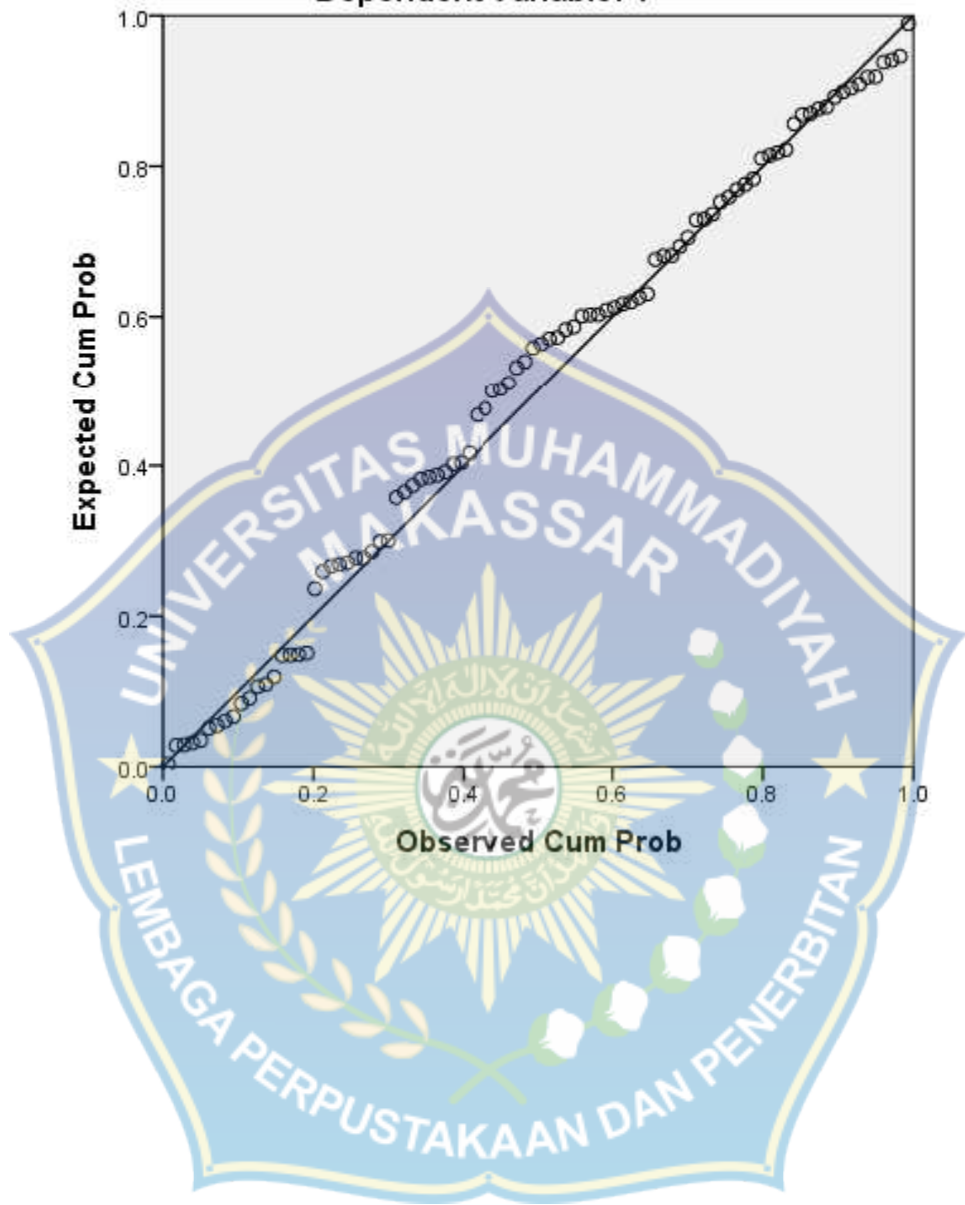
# Histogram

Dependent Variable: Y



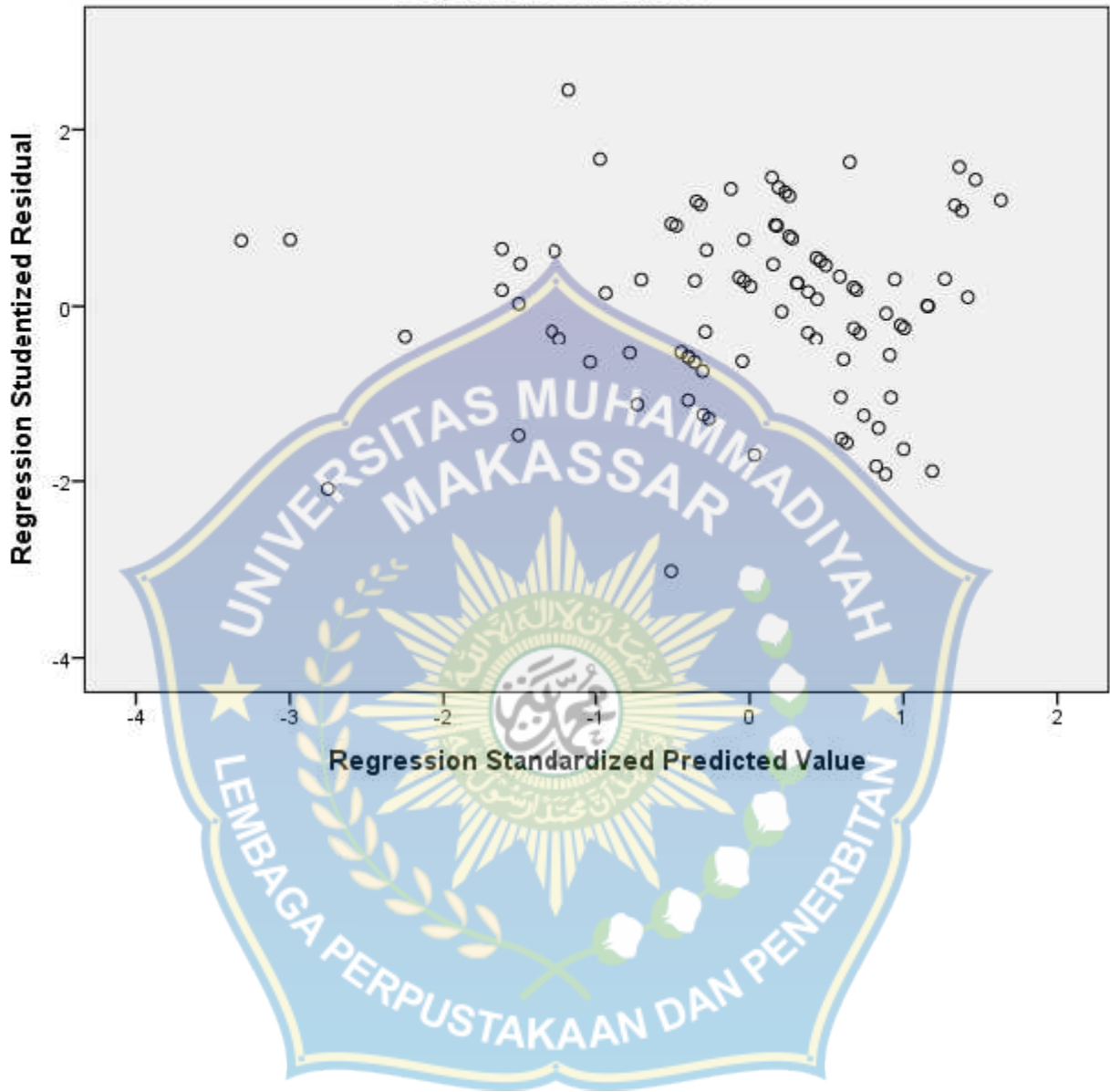
### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y



### Scatterplot

Dependent Variable: Y





## LAMPIRAN 7

### BIOGRAFI PENULIS



Sri Wahyu Ningsih panggilan Ningsih Lahir di Kajuara Pada Tanggal 01 Desember 1995 dari pasangan suami istri Bapak Amiruddin dan Ibu Sia. Peneliti adalah anak kedua dari lima bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Talasalapng 1, kelurahan Kelurahan Gunung Sari Kecamatan Rappocini Kota Makassar.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti yaitu SD Negeri 261 Tarasu Lulus tahun 2009, SMP Negeri 1 Kajuara Lulus Tahun 2012, SMK Negeri 1 Sinjailulus tahun 2015 dan Mulai tahun 2015 mengikuti program S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa program S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.

