

## **BAB III**

### **PENYAJIAN DATA**

#### **A. Gambaran Singkat Yamaha Motor Corp.**

##### 1. Sejarah Yamaha Motor Corp.

Yamaha didirikan pada tahun 1887, ketika Torakusu Yamaha mendirikan perusahaan Yamaha Corp Nippon Gakki yang membuat alat musik piano organ, tidak lama kemudian Yamaha dikenal sebagai pembuat berbagai instrumen musik terbesar di dunia, Logonya pun dibuat Pada 1 Juni 1955, berdirilah Yamaha Motor Corp. yang terpisah dari Yamaha Corp. namun masih tetap dalam satu grup.<sup>1</sup>

Yamaha Motor Indonesia adalah salah satu produsen kendaraan bermotor di Indonesia. Dengan nama resmi PT Yamaha Indonesia Motor Mfg., Yamaha Motor Indonesia menjadi bagian dari Yamaha Motor Company, Ltd. yang berkantor pusat di Jepang. Yamaha sendiri pada awal berdirinya hanyalah memfokuskan diri sebagai produsen piano. Seiring dengan perkembangan perusahaan yang luar biasa, Yamaha akhirnya mampu menobatkan dirinya sebagai produsen piano yang terbesar di dunia.

Kesuksesan Yamaha di bidang produksi piano mendorong CEO Yamaha pada waktu itu, Genichi Kawakami meluaskan bidang usaha Yamaha pada segmen kendaraan bermotor. Kemudian berdirilah Yamaha

---

<sup>1</sup> <http://www.hasbihtc.com/sejarah-motor-yamaha-dari-masa-ke-masa.html> diakses 26 September 2013

Motor pada 1 Juli 1955. Yamaha Motor merupakan induk dari seluruh grup Yamaha Motor Internasional.

Sebagai bagian dari grup Yamaha Motor Internasional, Yamaha Motor Indonesia memosisikan dirinya sebagai salah satu produsen kendaraan motor terbesar di tanah air. Yamaha Motor Indonesia memiliki area produksi berkapasitas 300 ribu meter persegi. Kapasitas produksi motornya mencapai 3500 motor per hari. Selain itu, Yamaha Motor Indonesia juga didukung lebih dari enam ribu teknisi andal serta memiliki tiga assembly line yang beroperasi selama 24 jam non stop. Tidak hanya itu saja, Yamaha Motor Indonesia juga dilengkapi dengan fasilitas yang super komplet serta part inventory yang besar.

Gambar 3.1

Logo Pertama Yamaha Motor



Gambar 3.2

Logo Sekarang Yamaha Motor



**PT. Yamaha Motor memiliki visi dan misi yang isinya adalah sebagai berikut:**

- Visi : Menjadikan perusahaan Yamaha Motor sebagai penyalur sepeda motor NO.1 dan yang terbaik di Jepang, Indonesia, dan negara-negara lainnya.

- Misi : Mengembangkan bisnis perusahaan Yamaha Motor melalui produk-produk motornya yang berkualitas dan asli Jepang, yang terdistribusikan secara regional Indonesia dengan dasar Customer Satisfsaction dan Information Technology.

### **Penghargaan Yamaha Motor Indonesia**

- a. ICSA Award (2004-2006)
- b. Marketing Award (2006)
- c. TV Ad Monitor (2006)
- d. Dan sertifikat ISO 9001:2000

### **Model bisnis Yamaha Motor Corp.**

- a. Layanan Yamaha Motor : Layanan Yamaha motor adalah layanan kepada konsumen dalam hal memberikan tips-tips tentang perawatan akan suatu kendaraan, kelebihan-kelebihan dari suatu Motor YAMAHA. Motor YAMAHA didesain oleh tenaga-tenaga ahli dibidangnya yang berasal dari Jepang yang akan mendukung pelayanan terhadap konsumen, dan semakin dekatnya YAMAHA Motor dengan konsumen.
- b. Strategi Pengembangan Teknologi Yamaha Motor : Strategi yang dilakukan PT. YAMAHA MOTOR dalam perkembangan usahanya dan produk-produknya adalah dengan membuat model motor yang lebih ringan, mengaplikasi up side dowd pada ford depan, sasis yang sangat stabil, ezhaust system, design yang cantik, handling up, dan power yang luar biasa, dan juga memasarkan produk-produknya ke luar negeri dengan harga yang terjangkau.

- c. Produk-produk yang ditawarkan : YAMAHA V-IXION, BYSON, SCORPIO Z, JUPITER Z, JUPITER MX, VEGA R, YAMAHA MIO, YAMAHA MIO SOUL, RX-KING, VEGA R, YDS, YR1 350, YZF-R6, YZF-R1, FJ 1100, FZR650, FZR1000, DLL
- d. Target Pemasaran : Target utama PT.Yamaha Motor adalah masyarakat kelas menengah,meskipun di bidang perseroan tetap memproduksi berbagai merek untuk beragam kelas ekonomi dan usia,baik itu wanita maupun pria.
- e. Strategi dalam Menghadapi Persaingan : Yamaha Motor CO (Jepang) merencanakan untuk memperkenalkan teknologi orisinal terkini ke dalam produksi sepeda motor di negara-negara Asia, termasuk Indonesia, sebagai bagian dari usaha strategi promosi yang dispesifikasikan pada NEXT-50 atau masa pertengahan dalam perencanaan manajemen Yamaha. Dengan mempercepat program pengembangan teknologi yang dibutuhkan untuk bisnis, Yamaha akan menjadi lebih kompetitif. Yamaha dalam hal ini fokus pada kualitas performa berkendara, setia dalam mendesain, dan berwawasan lingkungan. Untuk mencapainya, Yamaha menekankan pada teknologi aluminium dan Fuel Injection.<sup>2</sup>

"Saya ingin melakukan percobaan pembuatan mesin sepeda motor." dari kata-kata yang diucapkan oleh Genichi Kawakami (presiden

---

<sup>2</sup> <http://efendiii.wordpress.com/2009/04/18/pt-yamaha-motor-wwwyamaha-motorcom/> diakses 26 September 2013

pertama Yamaha Motor) pada tahun 1953, yang merupakan hari kelahiran Yamaha Motor Company.<sup>3</sup>

### **Bengkel Yamaha Motor Indonesia.**

Yamaha Motor Indonesia selalu berusaha mendapatkan kepuasan dari seluruh konsumennya. Selain memperhatikan kualitas produk, Yamaha Motor Indonesia juga berusaha meningkatkan kualitas layanannya dengan mendirikan bengkel resmi Yamaha. Bengkel resmi Yamaha menyediakan layanan berupa servis besar dan servis berkala. Servis besar dilakukan untuk keseluruhan unit kendaraan dan dilakukan setiap kendaraan mencapai jarak tempuh 15 ribu km atau setiap 15 bulan sekali.

Sementara itu, servis berkala terkategori servis ringan, biasanya dilakukan setiap tiga bulan sekali atau saat kendaraan mencapai jarak tempuh tiga ribu kilometer. Servis besar maupun servis berkala memiliki tujuan akhir yang sama, yakni dalam rangka meningkatkan performa kendaraan sehingga tetap stabil dan nyaman dikendarai. Saat ini, telah terdapat lebih dari 1200 bengkel resmi Yamaha dan tersebar di seluruh Indonesia. Setiap cabang bengkel resmi Yamaha telah terstandarisasi sehingga kualitas layanannya tidak perlu diragukan lagi. Bengkel resmi Yamaha didukung oleh tenaga mekanik yang ahli dan berpengalaman.

Para tenaga mekanik ini telah mengenyam pendidikan khusus di Yamaha sebelum mereka diterjunkan untuk melayani kebutuhan konsumen di bengkel resmi Yamaha. Oleh karena itu, kompetensi mereka

---

<sup>3</sup> <http://yamaha-competition.blogspot.com/2011/12/deskripsi-speedy.html?m=1> diakses 26 September 2013

telah teruji. Untuk mendapatkan tenaga mekanik yang profesional, Yamaha pun akhirnya menggandeng sekolah-sekolah kejuruan. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan salah satu mitra kerja Yamaha.

### **Bengkel Berteknologi Fuel Injection.**

Pada tahun 2013 setiap motor harus menggunakan teknologi Fuel Injection (FI). Oleh karena itu, Yamaha Motor Indonesia juga tidak mau ketinggalan. Teknologi tersebut sudah diaplikasikan pada beberapa produk motor Yamaha. Mulai dari Vixion, Mio J, serta Soul GT. Khusus untuk teknologi yang diterapkan pada Mio J dan Soul GT lebih canggih bila dibandingkan dengan Vixion karena menggunakan Yamaha Mixture JET Fuel Injection (YMJET-FI). Dengan teknologi ini, produk motor Yamaha dijamin lebih irit bahan bakar dan juga ramah lingkungan.

Dalam rangka menyambut era FI ini, Yamaha terus melakukan sejumlah persiapan. Yamaha telah melakukan berbagai perbaikan maupun transisi untuk mengganti sistem karburator dengan sistem FI. Oleh karena itu, pihak manajemen semakin gencar melakukan kampanye ini kepada masyarakat.

Tidak hanya itu. Untuk menyambut era FI, Yamaha juga melengkapi layanannya dengan menyediakan bengkel berteknologi FI. Saat ini, 2500 bengkel resmi Yamaha telah siap melayani kendaraan bermotor berteknologi FI. Bengkel resmi Yamaha berteknologi FI sudah tersebar di seluruh tanah air. Jadi, konsumen tidak perlu khawatir akan hal itu.

Demikianlah, komitmen bengkel Yamaha untuk memberikan layanan berkualitas tidak pernah padam. Yamaha ingin memberikan yang terbaik pada setiap konsumen. Oleh karena itu, Yamaha akan terus berbenah dan melakukan sejumlah inovasi luar biasa untuk mencapai kepuasan konsumen.<sup>4</sup>

## 2. Produk Yamaha Motor

Setelah lebih dari 50 tahun berkiprah, Yamaha Motor kini mampu menghadirkan beragam produk kendaraan bermotor berkualitas. Di tanah air, kehadiran Yamaha Motor Indonesia dengan aneka produk seperti Mio, Soul, Vega, Jupiter, Scorpio, dan ATV terbukti mampu menarik minat masyarakat. Oleh karena itu, motor Yamaha menjadi salah satu motor favorit. Bahkan masyarakat selalu memberikan respon positif terhadap setiap produk motor Yamaha.

Produsen motor Yamaha senang. Di Juli 2013 mereka berhasil menjual 229.654 motor di Indonesia. Angka itu meningkat dibanding tahun lalu. Dibandingkan Juli 2012, Yamaha berhasil menaikkan penjualan hingga 24 persen di Juli 2013. Total 229.654 unit terjual di Juli 2013, lebih baik dari periode yang sama tahun lalu 185.783 unit. Ini dihitung dari matik 119.284 unit, bebek 57.060 unit dan sport 53.310 unit.

Di sisi lain, Force melesat signifikan di pasar, naik 716 persen atau terjual 14.215 di bulan Juli 2013 dibandingkan Juni 2013. Bebek injeksi Yamaha teranyar ini mampu mencuri perhatian baik di Pulau Jawa

---

<sup>4</sup> <http://www.anneahira.com/yamaha-motor-indonesia.htm> diakses 26 September 2013

maupun di luar Pulau Jawa. Sementara itu, sport Yamaha masih yang tertinggi penjualannya di pasar Indonesia, 53.310 unit atau naik 33 % dibandingkan Juni 2013. New V-Ixion terjual 45.351 unit atau naik 27 % ketimbang sebulan sebelumnya dan Byson meningkat 90 % (7.392 unit).

Matik Yamaha masih kokoh sebagai penyumbang terbanyak penjualan di Juli tahun ini, 119.284 unit. Masih seperti satu bulan sebelumnya, Mio GT, Mio J dan Soul GT adalah tiga besar penyumbang terbanyak matik. Mio GT 35.007 unit, Mio J 32.847 unit, Soul GT 25.616 unit. Fino masih dicari konsumen, setelah ditopang edisi spesial Fino I Love Indonesia, ada kenaikan 48% atau terjual 6.817 unit. Sepanjang Januari hingga Juli 2013, Yamaha telah menjual 1.508.935 unit motor, naik tipis dibandingkan periode yang sama tahun lalu dengan penjualan 1.503.506 unit.<sup>5</sup>

Gambar 3.3

Produk Yamaha Motor Corp.



<sup>5</sup> <http://m.detik.com/oto/read/2013/08/16/160338/2332167/1208/> diakses 26 September 2013

### 3. Band NOAH sebagai Bintang Iklan Produk Motor Yamaha

Yamaha Motor Indonesia mengumumkan penunjukkan Band NOAH sebagai bintang iklan produk Motor Yamaha. Pemilihan Band NOAH ini bukan tanpa alasan, karena mengingat Band NOAH ini salah satu band besar dan fenomenal di Indonesia. Band NOAH yang pentolannya Nazril Ilham atau Ariel ini membuat daya tarik tersendiri terhadap para penggemarnya. Sehingga Yamaha Motor Indonesia menggandeng Band NOAH untuk mendongkrak lagi produk yang sudah besar ini, setelah sebelumnya menggandeng group band legenda yaitu Dewa19.

Band NOAH ini yang pada dasarnya anak band, disamping hobi dan pekerjaannya bermain musik itu juga hobi dalam berkendara motor dan mobil. Tidak jarang juga Band NOAH ini sering melakukan touring berkendara. Maka dari itu Yamaha Motor Indonesia tidak salah menobatkan Band NOAH sebagai bintang iklannya, karena kesesuaian Band NOAH dengan kepribadian merek produk Motor Yamaha.

Gambar 3.4



Take Line Yamaha versi Dewa19

Gambar 3.5



Take Line Yamaha versi NOAH

Dalam acara Press Con Pesta “Semakin Didepan” Yamaha-NOAH di Bandung. Yamaha Motor Indonesia memilih band jebolan Peterpan

yang sekarang menjadi NOAH tersebut menjadi bintang iklan. Menimbulkan pertanyaan, Apakah ada sisi biker pada mereka atau hanya karena ketenaran Noah?.

Inilah yang menjadi alasan yang diucapkan Eko Prabowo pihak Yamaha Motor Indonesia, “NOAH dipilih karena latar belakang perjalanan hidup pasang surut, up and down yang sama dengan Yamaha. Visi dan misi Yamaha sama dengan NOAH. YIMM-pun melihat spirit Semakin Didepan ada pada NOAH dimana mereka kuat walaupun sempat jatuh tapi bangkit lagi berkarya menghasilkan lagu-lagu yang trend di kalangan anak muda. Begitu juga Yamaha yang terus berusaha mengembangkan dan menghasilkan motor yang dicintai konsumen termasuk anak muda. Uluran tangan Yamaha disambut gembira oleh NOAH”.

”Kami bangga menjadi bagian dari keluarga besar Yamaha Indonesia. Dipimpin spirit Semakin Didepan, Yamaha adalah teman kami sehati sama-sama bangkit dengan energi positif. Seperti di tahun ini mengeluarkan semangat baru dan banyak hal baru dari Yamaha, sama seperti Noah,” komentar Ariel NOAH. Empat personil lainnya Uky (gitar), Lukman (gitar), Reza (drum) dan David (keyboard) mengamini apa yang dituturkan temannya.

”Kalau tidak semangat, tidak punya niat membangun diri, tidak mau bergerak, maka tidak akan maju. Harus ada semangat hidup seperti bagi NOAH adalah musik yang merupakan segalanya dan panggilan

hidup. Kami selalu menghasilkan karya-karya baru dan tidak mengulang karya lama,” tegas Noah.

Anggota NOAH ternyata memang biker sesungguhnya. Dari pengakuan mereka pula motor adalah kendaraan termurah dan tercepat dibanding mobil sekalipun. Tidak heran kalau sedang dikejar jadwal, tiada sungkan mereka menggunakan roda dua menuju kelokasi. Akhir acara di Bandung diisi dengan penyerahan jaket khusus dari Yamaha untuk NOAH. Berikut hasil foto wartawan saat meliput pembukaan pesta Semakin didepan Yamaha-NOAH.<sup>6</sup>

Gambar 3.6

Penyerahan simbolik Yamaha Motor kepada Band NOAH



Yamaha menggebrak dengan menggandeng NOAH sebagai bintang iklan teranyar. Band baru anggota lawas pentolannya Ariel itu bakal menghentak lewat konser NOAH Reborn Tour di 25 kota didukung

<sup>6</sup> <http://iwanbanaran.com/2013/09/15/inilah-alasan-yamaha-menggandeng-noah/> diakses 26 September 2013

Yamaha. Dari 25 kota itu Yamaha memimpin acara meet & greet atau jumpa fans di 10 kota dimulai dari pertengahan November tahun ini hingga Februari 2013.

Kampanye FI Yamaha menekankan kepada konsumen tentang motor injeksi Yamaha, Kencang dan Irit. Nilai tinggi kualitas motor injeksi Yamaha sendiri sudah terbukti lewat tingginya kontribusi untuk total penjualan. Paling baru di bulan Oktober 2012, motor-motor injeksi Yamaha menyumbang 73 persen dari total penjualan 233.279 unit. Edukasi FI dan test ride disediakan Yamaha buat konsumen dan penonton di 25 kota tempat digelarnya Noah Reborn Tour. Test ride Yamaha menggunakan motor injeksi Mio J, Soul GT, Jupiter Z1 dan V-Ixion (lama). Seru dan unik bersama Noah dan Yamaha.<sup>7</sup>

Gambar 3.7

Band NOAH sebagai bintang iklan Yamaha Motor Indonesia



<sup>7</sup> <http://iwanbanaran.com/2012/11/17/yamaha-gandeng-noah-jumpa-fans-dan-konser-perdana-di-singkawang/> diakses 26 September 2013

## B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

### 1. Gambaran Secara Geografis

Kabupaten Sidoarjo sebagai salah satu penyangga Ibukota Propinsi Jawa Timur merupakan daerah yang mengalami perkembangan pesat. Keberhasilan ini dicapai karena berbagai potensi yang ada di wilayahnya seperti industri dan perdagangan, pariwisata, serta usaha kecil dan menengah dapat dikemas dengan baik dan terarah.

Dengan adanya berbagai potensi daerah serta dukungan sumber daya manusia yang memadai, maka dalam perkembangannya Kabupaten Sidoarjo mampu menjadi salah satu daerah strategis bagi pengembangan perekonomian regional.

Kabupaten Sidoarjo terletak antara 112,5° dan 112,9° Bujur Timur dan antara 7,3° dan 7,5° Lintang Selatan. Batas sebelah utara adalah Kotamadya Surabaya dan Kabupaten Gresik, sebelah selatan adalah Kabupaten Pasuruan, sebelah timur adalah Selat Madura dan sebelah barat adalah Kabupaten Mojokerto.<sup>8</sup>

Ditinjau letak geografisnya, letak penelitian yang menjadi objek penelitian pada dealer Yamaha Motor Surya Inti Putra (SIP) Gambaran umum lokasi penelitian :

- a. Sebelah Barat: Rumah Sakit Umum Daerah Sidoarjo
- b. Sebelah Selatan: SMA 2 Muhammadiyah Sidoarjo
- c. Sebelah Utara: Pabrik Paving
- d. Sebelah Timur: Perkampungan Sidowayah

---

<sup>8</sup> [http://disdukcapil.sidoarjokab.go.id/?url=cp\\_prolay&kdprolay=04](http://disdukcapil.sidoarjokab.go.id/?url=cp_prolay&kdprolay=04) diakses 05 Juni 2014

Sejarah berdirinya dealer Yamaha Motor Surya Inti Putra (SIP) Sidoarjo sejak 19 september 1996, yang pada saat itu belum banyak dealer hanya Yamaha Pangestu Motor dan Surya Inti Putra (SIP). Main dealer ini merupakan anak cabang dari Dealer Yamaha Basuki Rachmat nomer 45-47 bernama PT. SURYA TIMUR SAKTI JATIM. Cabang dari dealer Yamaha Basuki Rachmat ini mempunyai nama sendiri-sendiri setiap kota, termasuk Surya Inti Putra (SIP) yang sebelumnya Surya Indah Motor.

Terjadinya perubahan nama karena sepakat menyamakan dengan dealer-dealer lain yang beranak cabang dari dealer Yamaha Basuki Rachmat. Perubahan nama tersebut menurut Shop Manager dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) bapak Heru, sebetulnya sudah lama sekitar setahun yang lalu. Baru terealisasikan awal tahun 2014 karena persyaratan perubahan nama tidak mudah, harus mengurus surat-surat terlebih dahulu.

Jadi, dealer Surya Inti Putra (SIP) yang ada di setiap kota di Jawa Timur seperti Surabaya, Sidoarjo, Batu, Malang, Jember, Bojonegoro, Tuban dan lain-lain adalah main dealer cabang dari dealer Yamaha Basuki Rachmat. Bapak Heru mengakui bahwa Surya Inti Putra (SIP) tidak hanya di daerah Jawa Timur saja termasuk Lombok, NTT, Kalimantan.<sup>9</sup>

Alasannya mendirikan dealer Yamaha di Sidoarjo jalan Majapahit tersebut diakui bapak heru karena pada saat itu belum banyak Main Dealer, tidak sebanyak sekarang. Dengan mengusung visi dan misi sebagai berikut :

---

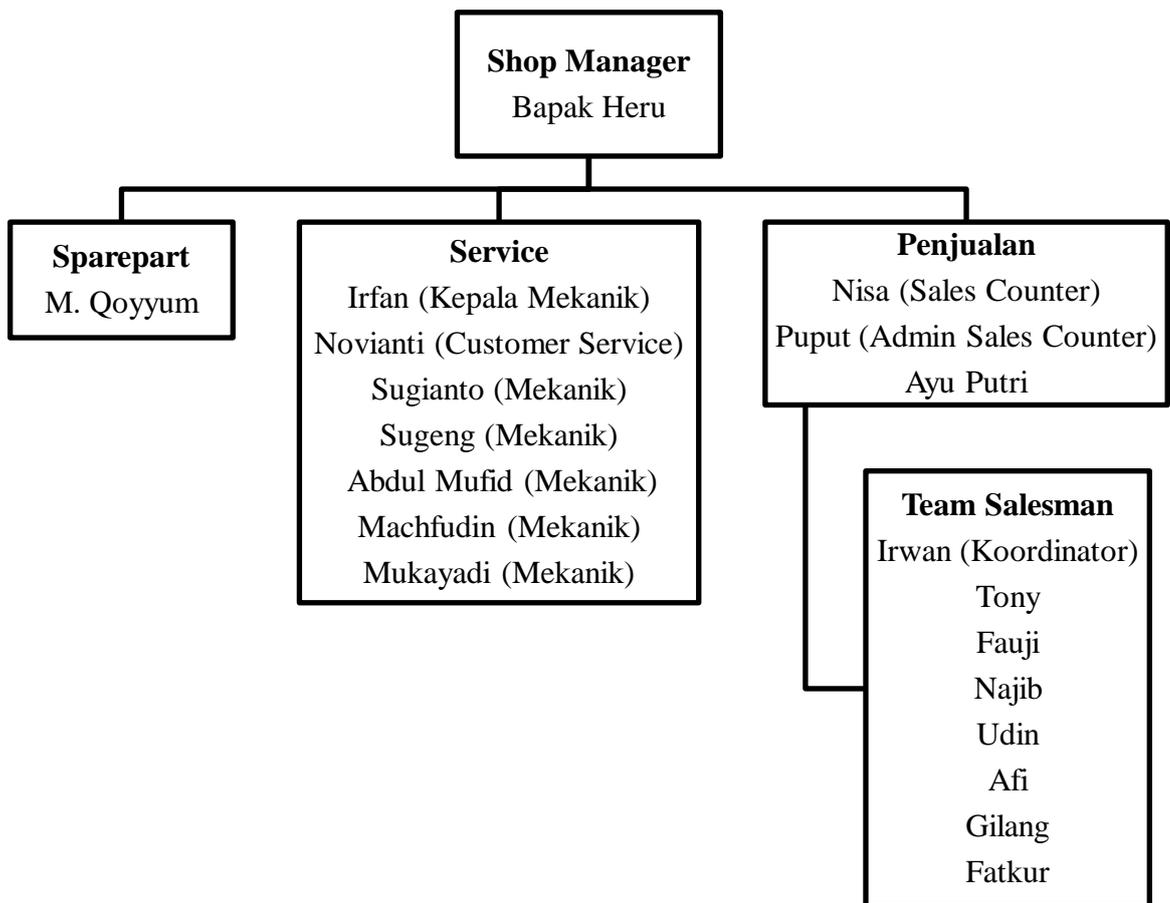
<sup>9</sup> Wawancara peneliti dengan Shop Manager Dealer SIP Sidoarjo

- Visi: Menjadi perusahaan penyalur sepeda motor Yamaha terbaik di Indonesia dan mengutamakan kualitas produk.
- Misi: Mengembangkan bisnis melalui produk-produk Yamaha yang berkualitas asli Jepang. Dengan cara meningkatkan penjualan, memperbanyak pos-pos disetiap kecamatan, dan memperbanyak salesman.

## 2. Gambaran Secara Demografis

Bagan 3.1

Struktur Organisasi dealer Surya Inti Putra (SIP)<sup>10</sup>



<sup>10</sup> Wawancara peneliti dengan Shop Manager Dealer SIP Sidoarjo

### C. Deskripsi Data Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai hasil-hasil yang diperoleh setelah melakukan penelitian. Hasil penelitian meliputi identifikasi mengenai tempat penelitian, minat beli responden pada hari tertentu yang menjadi subyek penelitian dimana responden merupakan warga Sidoarjo yang berada tidak jauh dengan tempat penelitian. Pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Teknik Purposive sampling dikenal juga dengan judgement sampling, adalah teknik penarikan sampel yang didasarkan pada tujuan penelitian. Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, peneliti menentukan kriteria sampel yang akan diambilnya.<sup>11</sup>

Data diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh responden. Seluruh data akan dibahas serta diberikan penafsiran secara langsung dengan mengolah data tersebut yang dimasukkan pada tabel frekuensi. Tabel tersebut ditujukan untuk mengetahui serta menggambarkan distribusi jawaban responden pada setiap indikator variabel.

Teknik pengumpulan merupakan jenis ukuran yang dipakai untuk menentukan nilai dari tinggi rendahnya variabel-variabel yang tercakup dalam penelitian. Teknik pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi subvariabel. Kemudian subvariabel dijabarkan menjadi komponen-komponen yang dapat diukur.

---

<sup>11</sup> Ali Anwar, *Stastitika untuk penelitian pendidikan* (Kediri: IAIT press 2009) hal. 34

Setiap item pertanyaan disediakan lima alternatif jawaban (sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju) yang memiliki nilai 1-5, untuk jawaban SS memiliki nilai 5, jawaban S memiliki nilai 4, jawaban R memiliki nilai 3, jawaban TS memiliki nilai 2 sedangkan jawaban STS memiliki nilai 1.

#### 1) Penentuan Besarnya Sampel

Pada teknik pengambilan sampel ini, jumlah konsumen pada tempat penelitian dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) rata-rata untuk setiap hari senin sampai sabtu adalah 15-20 orang, dan untuk hari minggu 20-30 orang. Karena peneliti hanya mendapatkan 1 hari penelitian di hari Sabtu oleh pihak dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) dan hanya mendapatkan 17 orang responden. Maka peneliti mengajukan permohonan lagi pada dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) untuk mendapatkan tambahan waktu penelitian, sehingga diberi waktu lagi pada hari minggunya dan peneliti bisa mendapatkan 23 orang responden.

Jadi, total peneliti mendapatkan responden untuk penelitian adalah sebanyak 40 orang responden. Untuk pedoman pengambilan sampel, apabila subyeknya kurang dari seratus ( $< 100$ ), lebih baik diambil semua. Namun jika subyeknya besar, maka dapat diambil antara 10-15% atau sampai 20-25% atau lebih.<sup>12</sup> Sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Agar diperoleh hasil penelitian yang lebih baik, diperlukan sampel yang baik pula, yakni

---

<sup>12</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 102

betul-betul mencerminkan minat beli konsumen rata-rata setiap harinya.

Selanjutnya, pengambilan jumlah subyeknya tergantung pada setidak-tidaknya:

- a) Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga, dan dana
- b) Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- c) Besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti.<sup>13</sup>

Dalam penelitian ini, produk motor Yamaha adalah jenis kendaraan yang hanya boleh digunakan oleh orang yang cukup umur. Kriteria pengambilan sampel adalah dewasa awal dengan kriteria usia antara 18-40 tahun dan dewasa madya kriteria usia antara 40-60 tahun yang pernah melihat iklan televisi sepeda motor Yamaha versi group band NOAH “Semakin Didepan”. Jadi, sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berusia mulai dari umur 18 tahun sampai 60 tahun yang berada di lokasi penelitian dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP).

**Tabel 3.1**

**Daftar Nama Responden ( Sampel )**

No.	Nama	L / P	Usia	Pekerjaan
1	Wawan Gunawan	L	40 tahun	Pegawai Swasta
2	Irfan Rahmat	L	23 tahun	Mahasiswa

<sup>13</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 112

3	Bunga Lestari	P	22 tahun	Mahasiswi
4	Hilmi Madani	L	31 tahun	PNS
5	Carlo Cano	L	22 tahun	Mahasiswa
6	Watiningsih	L	47 tahun	Ibu Rumah Tangga
7	Amrozi Maimun	L	42 tahun	PNS
8	Revian Nico P.P.	L	20 tahun	Mahasiswa
9	Ali Mas'ud	L	30 tahun	PNS
10	Satriya Budi Rahmawanto	L	23 tahun	Pegawai Swasta
11	Antok Sugito	L	45 tahun	TNI
12	Karyadi	L	47 tahun	Pegawai Swasta
13	Yuni	P	43 tahun	Pegawai Swasta
14	Saihli	L	36 tahun	PNS
15	Rio	L	23 tahun	Mahasiswa
16	A. Fahrizal Ardhi	L	22 tahun	Mahasiswa
17	Raffli Yusuf F	L	18 tahun	Pelajar
18	Mariyati	P	34 tahun	Ibu Rumah Tangga
19	Triyono	L	53 tahun	PNS
20	Gondo Suseno	L	26 tahun	Wiraswasta
21	Surip	L	28 tahun	Pegawai Swasta
22	Andy Soepriyanto	L	43 tahun	PNS
23	Agung Prasetyo	L	27 tahun	Wiraswasta
24	Sukardi	L	41 tahun	TNI AL
25	Dzikril Muhtasin	L	21 tahun	Mahasiswa

26	Nyono	L	49 tahun	TNI
27	M. Roziq	L	37 tahun	Wiraswasta
28	Yogi Prayoga	L	25 tahun	Mahasiswa
29	Didik Nurhadi	L	47 tahun	Pegawai Swasta
30	Fathul Mufid	L	23 tahun	Mahasiswa
31	Paidi	L	40 tahun	Karyawan
32	Alfada Putri	P	20 tahun	Mahasiswi
33	Wahyono Putro	L	44 tahun	Pegawai Swasta
34	Sentot Harigito	L	58 tahun	Konsultan Teknik
35	Edi Prasetyo	L	22 tahun	Mahasiswa
36	Dwi	L	60 tahun	Pegawai Swasta
37	Praptono	L	33 tahun	PNS
38	Fahrizal	L	39 tahun	Pegawai Swasta
39	Rizki Setiawan	L	25 tahun	Pegawai Swasta
40	Aryani W.P.	P	20 tahun	Mahasiswi

Sumber: Identitas responden pada angket penelitian.

## 2) Tabulasi data

Berdasarkan data yang diperoleh melalui angket yang diisi oleh responden maka dilakukan tabulasi data kuantitatif variabel x dan variabel y. Data tersebut akan disajikan dalam tabel penyajian data dengan perhitungan analisis data berdasarkan angket yang mempunyai tingkatan nilai 1 sampai 5. Berikut adalah tabulasi data kuantitatif

variabel X dan Y berdasarkan pengukuran skala likert yang dinyatakan dengan skor sebagai berikut:

- a. “Sangat Setuju” diberikan dengan nilai 5
- b. “Setuju” diberikan dengan nilai 4
- c. “Ragu-ragu” diberikan dengan nilai 3
- d. “Tidak Setuju” diberikan dengan nilai 2
- e. “Sangat Tidak Setuju” diberikan dengan nilai 1.

Berikut ini akan disajikan tabulasi data kuantitatif variabel X dan Y :

**Tabel 3.2.1**

**Alternatif Jawaban Variabel X**

Item Jawaban	SS	S	R	TS	STS	TOTAL
	5	4	3	2	1	
01	12	25	0	3	0	40
02	7	16	7	10	0	40
03	8	18	8	6	0	40
04	15	25	0	0	0	40
05	12	15	9	4	0	40
06	15	19	5	1	0	40
07	12	16	7	5	0	40
08	4	11	10	15	0	40
09	10	19	6	5	0	40
10	17	22	1	0	0	40

Tabel 3.2.2

## Alternatif Jawaban Variabel Y

Item	SS	S	R	TS	STS	TOTAL
Jawaban	5	4	3	2	1	
11	20	17	2	1	0	40
12	6	19	4	11	0	40
13	10	13	8	9	0	40
14	21	17	2	0	0	40
15	9	21	5	5	0	40
16	18	16	2	4	0	40
17	15	19	5	1	0	40
18	10	9	9	12	0	40
19	11	20	3	6	0	40
20	16	24	0	0	0	40

Sumber : Olahan data kuisioner penelitian.

Hasil penghitungan dari responden yang menjawab poin sangat setuju ( SS ), setuju ( S ), Ragu-ragu ( R ), tidak setuju ( TS ), sangat tidak setuju ( STS ). Kemudian dikumpulkan dan disisihkan sesuai dengan pernyataan yang diberikan dari masing-masing jawaban pernyataan, berapa banyak orang yang setuju dan tidaknya. kemudian di jumlah respondennya seperti poin yang diberikan.

Untuk memenuhi uji validitas item dan reliabilitas empiris maka penelitian melakukan uji coba skala konsumen tersebut terhadap 40 responden. Setelah itu dilakukan skoring atau pemberian nilai

terhadap skala grup band NOAH sebagai bintang iklan yang telah diisi oleh koresponden uji coba, kemudian dilakukan tabulasi, selanjutnya dianalisis butir untuk mengetahui item-item yang valid dan reliabilitas.

### 3) Data Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian hipotesis tidak akan menghasilkan kesimpulan yang benar jika alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data tidak valid dan reliabel. Apakah tiap-tiap item benar-benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur. Untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat dipercaya, maka dilakukan tiga pengujian yaitu: uji validitas, uji reliabilitas, dan uji normalitas.

#### a. Data Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat ukur berkualitas baik jika item tersebut mempunyai dukungan yang kuat terhadap skor total. Validitas berasal dari kata *validity* yang memiliki arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Menurut Arikunto validitas adalah suatu ukuran yang menyatakan tingkat kevalidan sesuatu instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Dengan kata lain, validitas berarti seberapa jauh ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. seperti pada tabel berikut ini :

**Tabel 3.3.1**  
**Variabel X**  
**Item-Total Statistics**

Variabel X	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
01	74,88	105,702	,417	,905
02	75,53	97,179	,697	,897
03	75,33	97,558	,755	,896
04	74,65	109,156	,342	,906
05	75,15	102,900	,463	,904
06	74,83	109,481	,179	,910
07	75,15	101,105	,542	,902
08	75,93	96,584	,751	,896
09	75,18	99,122	,682	,898
10	74,63	109,112	,306	,906

Sumber: olahan data peneliti menggunakan spss for windows 20.00

**Tabel 3.3.2**  
**Variabel Y**  
**Item-Total statistics**

Variabel Y	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
11	74,63	107,779	,314	,907
12	75,53	94,922	,814	,893

13	75,43	95,789	,735	,896
14	74,55	107,997	,365	,906
15	75,18	100,661	,616	,900
16	74,83	104,558	,388	,906
17	74,83	105,533	,436	,904
18	75,55	92,818	,843	,892
19	75,13	98,317	,699	,897
20	74,63	111,574	,103	,909

Sumber: olahan data peneliti menggunakan spps for windows 20.00

Output pada kedua tabel ini menunjukkan tentang rata - rata skor jumlah item apabila jumlah item yang ada pada baris tersebut dihapus. Pada kolom ketiga menampilkan varians dari skor seluruh item apabila jumlah salah satu item dihilangkan. Sedangkan kolom keempat adalah koefisien korelasi antara item dan skor total yang diberikan koreksi dengan rumus. Skor pada kolom keempat (*Corrected item-total correlation*) digunakan untuk menguji validitas instrument.

Ada 20 item yang penulis susun berdasarkan indikator pada variabel x dan variabel y. Dari 20 item skala tersebut, setelah di uji cobakan terhadap 40 koresponden sebagai subyek penelitian, dengan taraf signifikansi 0,05 % dan diperoleh  $r_{table}$  0,304. Adapaun kaidah yang digunakan adalah jika harga *corrected item total correlation* <  $r_{table}$  maka item tidak valid dan jika harga *corrected total correlation* >  $r_{table}$ , maka item valid.

Item-item yang berstatus valid berjumlah 18 item dan item yang gugur berjumlah 2 item dan hasil yang valid diantaranya adalah item.

Item	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

Warna merah item yang tidak valid

Pengambilan keputusan untuk menentukan item yang valid digunakan  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan dk jumlah sampel dikurangi variabel, yang dalam hal ini pasti ( dua ), yaitu variabel x dan variabel y.

Manakala  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka item dikatakan valid, akan tetapi kalau  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item tersebut disimpulkan tidak valid. Nilai korelasi ( $r_{hitung}$ ) harus positif dan lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  dimana untuk subyek (  $N = 40$  ), dengan ketentuan  $dk = N-2$  atau pada kasus penelitian ini karena  $N = 40$  berarti  $40 - 2 = 38$  dengan menggunakan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $r_{table.} = 0,304$ .

#### b. Uji Reliabilitas

Selanjutnya akan dibicarakan mengenai uji reliabilitas. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan instrument yang sama.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Ali Anwar, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan* ( Kediri : IAIT Press 2009 ) hal. 13

Seharusnya setiap instrument memiliki kemampuan untuk menghasilkan pengukuran yang konsisten. Pada instrument yang dibuat untuk mengukur fenomena fisik seperti berat atau panjang suatu benda, konsistensi hasil pengukuran bukanlah suatu hal yang sulit untuk diperoleh. Tetapi untuk pengukuran gejala non fisik seperti sikap, opini, dan persepsi tentang perilaku, bukanlah hal yang mudah.

Dalam pengukuran gejala sosial boleh dikatakan hampir tidak pernah terjadi hasil pengukuran ulang yang persis sama dengan hasil pengukuran sebelumnya. Penghitungan Reliabilitas menggunakan bantuan komputer melalui Seri Program Statistik ( SPSS ) versi 20.

**Tabel 3.4**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	20

Hasil uji reliabilitas alat ukur tiap-tiap item skala yang valid diperoleh harga nilai alpha sebesar = 0,906.

Pada tabel diatas, adalah skor koefisien alpha apabila skor itemnya dihapus. Apabila masing-masing skor koefisien alpha dibandingkan dengan  $r_{tabel} = 0,304$ , maka seluruh item reliabel. Kesimpulan dikuatkan dengan koefisien alpha secara keseluruhan sebesar 0. 906 yang lebih besar dibanding  $r_{tabel} = 0,304$ , maka seluruh item dinyatakan reliabel.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan teknik analisis yang tepat. Karena terdapat macam-macam teknik statistik yang dapat digunakan menguji hipotesis. Teknik statistik mana yang akan digunakan tergantung pada interaksi tiga hal: macam data, terpenuhi tidaknya asumsi, dan bentuk hipotesisnya.

Data penelitian yang akan dianalisis dengan menggunakan analisis parametrik disyaratkan bertipe interval atau rasio, distribusi datanya normal, dan jumlah sampelnya 20 atau lebih. Data penelitian yang bertipe nominal atau ordinal, teknik analisis yang dapat digunakan adalah analisis non-parametrik. Data interval atau rasio yang tidak berdistribusi normal juga menggunakan analisis non-parametrik. Demikian juga dengan data interval atau rasio yang berdistribusi normal tetapi jumlah sampelnya kurang dari 20 juga menggunakan analisis non-parametrik.<sup>15</sup>

**Tabel 3.5**  
**Case Processing Summary**

variabel	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
hasil Iklan Yamaha versi Band NOAH	40	100,0%	0	0,0%	40	100,0%
Konsumen Dealer Yamaha	40	100,0%	0	0,0%	40	100,0%

<sup>15</sup> Ali Anwar, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan* ( Kediri : IAIT Press 2009 ) hal. 22

**Tabel 3.6**  
**Tests of Normality**

variabel	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
hasil Iklan Yamaha versi Band NOAH	,079	40	,200*	,982	40	,767
Konsumen Dealer Yamaha	,125	40	,117	,965	40	,256

\*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

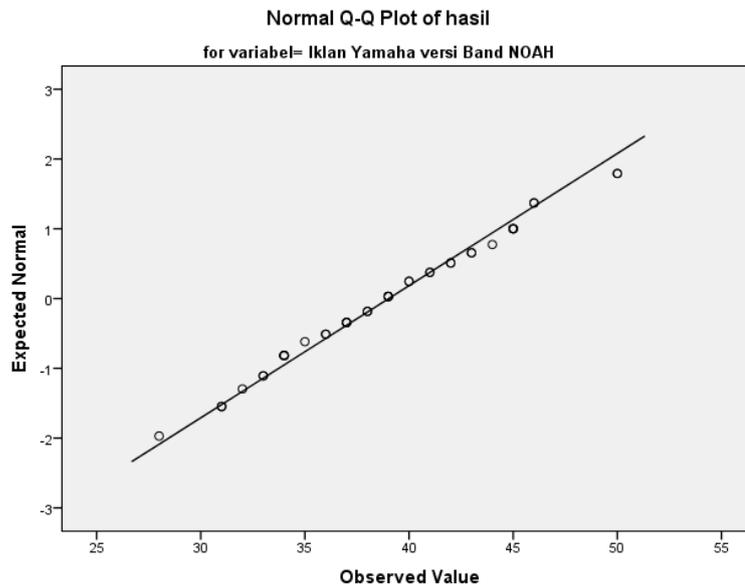
Untuk menguji normalitas dapat digunakan skor Sig. yang ada pada hasil penghitungan **Kolmogorov - Smirnov**. Bila angka Sig. lebih besar atau sama dengan 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal, tetapi apabila kurang, maka data itu tidak berdistribusi normal. Karena Sig untuk variable x 0,200 lebih besar dari 0,05, dan untuk variabel y 0,117 lebih besar dari 0,05 maka kedua variabel itu berdistribusi normal.

Kemudian pada hasil penghitungan **Shapiro-Wilk**. Bila angka Sig. lebih besar atau sama dengan 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal, tetapi apabila kurang, maka data itu tidak berdistribusi normal. Karena Sig untuk variable x 0,767 lebih besar dari 0,05, dan untuk variabel y 0,256 lebih besar dari 0,05 maka kedua variabel itu berdistribusi normal.

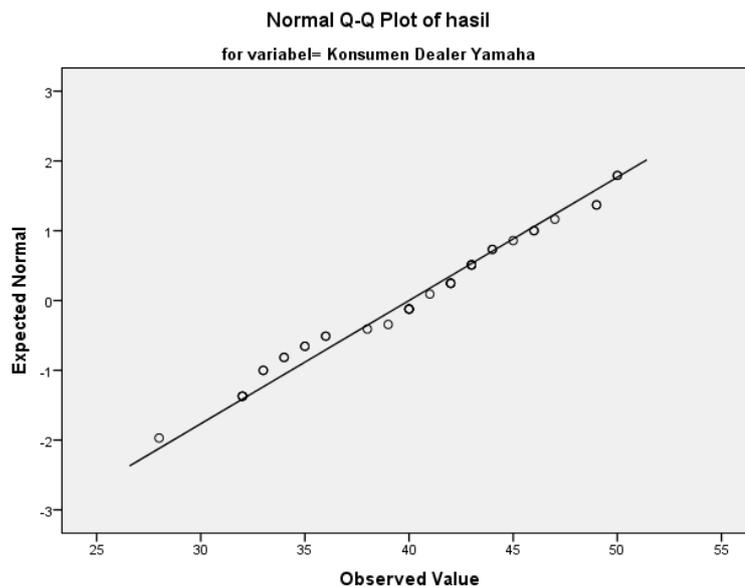
Hal ini juga dapat dilihat pada grafik Normal Q-Q plot maupun detrended Normal Q-Q Plot. Untuk Normal Q-Q plot itu apabila sebaran data dari variabel itu bergerombol disekitar garis uji

yang mengarah ke kanan atas dan tidak ada yang terletak jauh dari sebaran data, maka data tersebut berdistribusi normal.

**Grafik 3.1.1**  
**Normal Q-Q Plot**



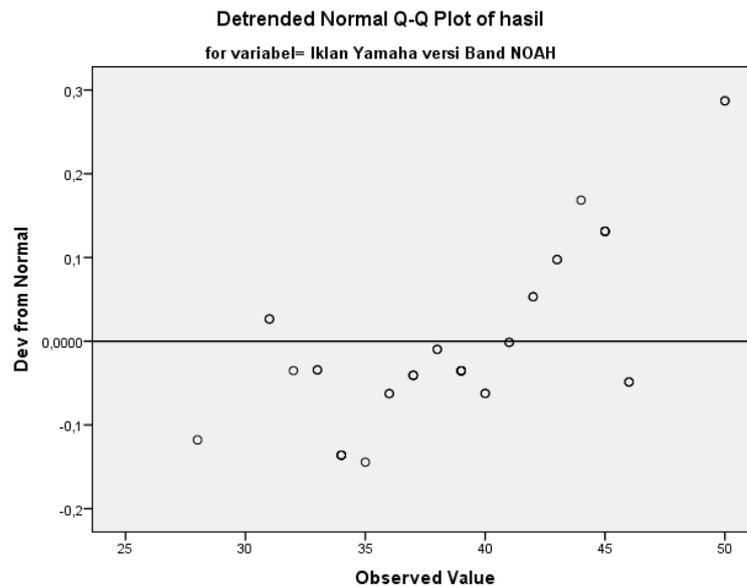
**Grafik 3.1.2**  
**Normal Q-Q Plot**



Sementara untuk Detrended Normal Q-Q Plot, apabila datanya tidak membentuk suatu pola atau menyebar secara acak,

maka data itu berarti berdistribusi normal. Sesuai nilai sig. diatas, maka hasil uji dengan dua model grafik dibawah ini juga menunjukkan data dari variabel itu berdistribusi normal.

**Grafik 3.2.1**  
**Detrended Normal Q-Q Plot**



**Grafik 3.2.2**  
**Detrended Normal Q-Q Plot**

