

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 5.1.1 Data dari responden memenuhi asumsi kecukupan data yang ditunjukkan dengan nilai KMO 0.807 dan uji asumsi yang ditunjukkan *Bartlett's test* dengan nilai Sig. *chi-square* 0.000 yang berarti semua cukup dapat dilakukan penelitian lebih lanjut.
- 5.1.2 Berdasarkan dari hasil perhitungan maka faktor yang dapat berpengaruh paling besar terhadap minat pembelian Honda Beat di Kelurahan Penggilingan Jakarta Timur adalah karena Mudah didapat dan dibeli, Harga terjangkau, Frekuensi munculnya iklan, Kemudahan suku cadang, Persepsi harga, Penjual yang ramah dan komunikatif
- 5.1.3 Setelah dilakukan rotasi dapat disimpulkan :
 - 1) Faktor - 1 (Loyalitas Pembeli) mempunyai komponen variabel - variabel : Mudah didapat dan dibeli, Harga terjangkau, Frekuensi munculnya iklan, Kemudahan suku cadang, Persepsi harga, Penjual yang ramah dan komunikatif

- 2) Faktor - 2 (Pengaruh Keluarga) mempunyai komponen variabel-variabel : Rasa solidaritas, Sesuai dengan kebutuhan, Tempat tinggal yang makin berkembang, Logo yang ditimbulkan, Pengaruh keluarga dan teman
- 3) Faktor - 3 (Ekonomi) mempunyai komponen variabel-variabel : Kondisi ekonomi, Gaya hidup, Dapat diterima disegala usia, Mengetahui kelebihan sepeda motor, Merek yang berkualitas
- 4) Faktor - 4 (Kualitas) mempunyai komponen variabel-variabel : Penampilan produk, Kenyamanan produk, Penggunaan BBM yang irit, Fitur yang khusus

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat disarankan untuk marketing Honda Beat adalah harus mempermudah proses dalam pembelian baik itu dari pembelian *cash* maupun kredit, kemudian untuk harga adalah sangat pengaruh sekali untuk konsumen di daerah Kelurahan Penggilingan Jakarta Timur, untuk itu perlu adanya hari-hari tertentu untuk melakukan *discount*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori. 2007. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Alpa Beta: Bandung
- Hasan, Ali. 2013. **MARKETING dan kasus – kasus pilihan**. *Center For Academic Publishing Service*: Jakarta
- Kotler, P dan Gary Amstrong. 2008. **Prinsip – prinsip Pemasaran**. Edisi 12 Jilid 1, Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 12 jilid 1, Erlangga: Jakarta
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 13 Jilid 1, Erlangga: Jakarta
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 13 Jilid 2, Erlangga: Jakarta
- Misbahuddin Iqbal Hasan. 2013. **Analisis Data Penelitian dengan Statistik**. Edisi 2 PT. Bumi Aksara: Jakarta
- Santoso, Singgih. 2010, **Statistik Multivariat, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS**, Penerbit PT Elex Media Komputindo: Jakarta
- Sugiyono. 2011. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D**. Alfabeta: Bandung
- Supardi. 2013 . **Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Konsep Statistika yang Lebih Kompetitif**. Change Publication. Jakarta. Edisi Revisi.
- Supranto, J. 2010. **Analisis multivariat**. Cetakan kedua. Rineka Cipta: Jakarta
- Abdullah Thamrin dan Francis Tantri. 2012. **Manajemen Pemasaran**. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta. Cetakan ke-1.
- [Http: //id.shvoong.com/business-management/marketing.-dasar-penetapan-harga](http://id.shvoong.com/business-management/marketing.-dasar-penetapan-harga). Di akses pada tanggal 11 – 12 – 2013
- [Http: //aabisnis.blogspot.com.merek.html](http://aabisnis.blogspot.com.merek.html) Di akses pada tanggal 11 – 12 – 2013
- <http://mulyajho.blogspot.com>. pengertian-produk-definisi-kualitas. Di akses pada tanggal 8 januari 2013
- <http://niningatika.blogspot.com/2012/09/pengertian-manajemen-pemasaran.html>

<http://walmartdistribution.blogspot.com/2011/06/pengertian-saluran-distribusi.html>

Di akses pada tanggal 8 januari 2013

<http://www.astra-honda.com/> Di akses pada tanggal 8 januari 2013

<http://ais-zakiyudin.blogspot.com/2012/06/pengertian-manajemen-menurut-james-af.html> Di akses pada tanggal 8 januari 2013

www.resources.unpad.ac.id Di akses pada tanggal 8 januari 2013

<http://motor.otomotifnet.com/read/2013/04/15/340076/30/9/Ini-Dia-10-Besar-Matik-Terlaris-Kuartal-Pertama-2013> diakses pada 20 juni 2014



Lampiran 1

Kuesioner

**SURVEY FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR HONDA BEAT
110cc DI KELURAHAN PENGGILINGAN JAKARTA TIMUR**

A. Pembuka

Kepada : Bpk/Ibu/Sdr

Ditempat

Responden yang saya hormati perkenalkan nama saya Fina Kurniawati mahasiswi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Dharma Persada. Dalam rangka adanya penelitian untuk tugas akhir program Sarjana Strata 1 (S1) di Fakultas Ekonomi, Universitas Dharma Persada Jakarta, dengan judul skripsi “ Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat 110cc (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Honda Beat 110cc di Kelurahan Penggilingan kecamatan Cakung Jakarta Timur)”. Saya mohon kesedian Bpk/Ibu/Sdr berkenan untuk mengisi angket yang telah saya sediakan di bawah ini.

Demikian kuesioner ini saya sampaikan dan atas bantuan serta kerja samanya, saya ucapkan terima kasih.

B. Biodata Responden

1. Jenis Kelamin: Silang (X) salah satu saja
 1. Laki – Laki
 2. Perempuan
2. Berapakah usia anda? Silang (X) salah satu saja
 1. 17 – 20 tahun
 2. 21 – 25 tahun
 3. 26 – 30 tahun
 4. > 30 tahun
5. Berapakah Pengeluaran anda dalam satu bulan? Silang (X) salah satu saja
 1. Rp 500.000 – Rp. 1.000.000
 2. Rp 1.100.000 – Rp. 2.000.000
 3. Rp 2.100.000 – Rp. 3.000.000
 4. Rp. > 3.100.000
6. Apakah pekerjaan anda? Silang (X) salah satu saja
 1. Pegawai Swasta
 2. Pelajar/Mahasiswa
 3. Pegawai Negeri Sipil
 4. Wiraswasta
 5. Ibu Rumah Tangga

C. Petunjuk pengisian kuesioner

Isilah pertanyaan dibawah ini dan pilihlah jawaban yang paling benar dengan memberi tanda silang (X) pada salah satu kolom jawaban.

Adapun makna jawaban yang dimaksud adalah sebagai berikut:

D. Keterangan

1	2	3	4	5
STS	TS	R	S	SS
(Sangat Tidak Setuju)	(Tidak Setuju)	(Ragu-Ragu)	(Setuju)	(Sangat Setuju)

E. Kuesioner

FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN KONSUMEN

No.	Variabel Indikator	Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	SS
1	Sepeda motor Honda Beat 110cc nyaman saat dikendarai					
2	Sepeda motor Honda Beat 110cc irit BBM					
3	Sepeda motor merek Honda Beat 110cc memiliki fitur yang khusus misalnya: (lampu yang terang, pengamanan kunci, warna yang bervariasi, felg yang variatif)					
4	Body sepeda motor Honda Beat 110cc kokoh/kuat dan menarik					
5	Harga sepeda motor Honda Beat 110cc yang tinggi mencerminkan kualitas, performa dan reputasi merek yang handal					
6	Sepeda motor Honda Beat 110cc memiliki harga yang relatif terjangkau					
7	Sepeda motor Honda Beat 110cc mudah didapat dan dibeli disemua dealer Honda yang telah banyak berdiri diberbagai tempat					
8	Suku cadang sepeda motor Honda terutama Honda Beat 110cc murah, kualitasnya terjamin dan mudah didapat					
9	Iklan sepeda motor Honda Beat 110cc yang ditampilkan di media masa dan elektronik (TV) sangat menarik					
10	SPG sepeda motor Honda sangat ramah dan sangat komunikatif terhadap konsumen					
11	Sepeda motor merek Honda memiliki citra yang baik					

	karena produknya yang berkualitas terutama produk Honda Beat 110cc					
12	Simbol atau logo sepeda motor Honda Beat 110cc bagus, sehingga logonya menjadi identitas pembeda dengan merek lain					
13	Karena tempat tinggal yang semakin berkembang dan moderen, sehingga mendorong saya untuk membeli sepeda motor Honda beat 110cc					
14	Sepeda motor Honda Beat 110cc dapat meningkatkan rasa soladiritas terhadap teman-teman dan lingkungan					
15	Adanya informasi yang bernilai positif dari teman tentang Honda Beat 110cc serta mendapat dukungan dari keluarga saya					
16	Sepeda motor Honda Beat 110cc sesuai dengan kebutuhan saya akan transportasi					
17	Dalam membeli sepeda motor Honda Beat 110cc sesuai dengan keuangan pribadi saya					
18	Sepeda motor Honda beat karena sesuai dengan gaya hidup sekarang					
19	Sepeda motor Honda Beat 110cc karena dapat diterima disegala usia					
20	Saat membeli Honda Beat 110cc saya mengetahui kelebihan sepeda motor Honda Beat 110cc					

Lampiran 2

1. Biodata Responden

No. Resp	Jenis kelamin	Usia	Pekerjaan	Pengeluaran
1	Perempuan	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
2	Laki-laki	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
3	Perempuan	26-30 tahun	Pegawai Swasta	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
4	Perempuan	> 30 tahun	Pegawai Swasta	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
5	Perempuan	21-25 tahun	Pegawai Swasta	> Rp. 3.100.000
6	Perempuan	17-20 tahun	Pegawai Swasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
7	Laki-laki	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
8	Laki-laki	17-20 tahun	Pegawai Swasta	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
9	Perempuan	> 30 tahun	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 3.100.000
10	Perempuan	21-25 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
11	Laki-laki	> 30 tahun	Wiraswasta	> Rp. 3.100.000
12	Laki-laki	26-30 tahun	Wiraswasta	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
13	Perempuan	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
14	Perempuan	17-20 tahun	Pegawai Swasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
15	Perempuan	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
16	Perempuan	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
17	Laki-laki	17-20 tahun	Pegawai Swasta	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
18	Laki-laki	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
19	Laki-laki	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
20	Perempuan	21-25 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
21	Laki-laki	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
22	Laki-laki	21-25 tahun	Pegawai Swasta	> Rp. 3.100.000
23	Perempuan	21-25 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
24	Perempuan	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
25	Perempuan	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
26	Perempuan	21-25 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
27	Perempuan	21-25 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
28	Perempuan	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
29	Perempuan	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
30	Perempuan	21-25 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
31	Perempuan	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
32	Perempuan	21-25 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
33	Laki-laki	> 30 tahun	Pegawai Negeri Sipil	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
34	Laki-laki	>30 tahun	Wiraswasta	> Rp. 3.100.000
35	Perempuan	21-25 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
36	Perempuan	17-20 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
37	Perempuan	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
38	Perempuan	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
39	Laki-laki	21-25 tahun	Wiraswasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
40	Perempuan	21-25 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
41	Perempuan	21-25 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
42	Laki-laki	26-30 tahun	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.100.000
43	Perempuan	21-25 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
44	Perempuan	21-25 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
45	Perempuan	21-25 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
46	Perempuan	17-20 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
47	Laki-laki	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
48	Laki-laki	21-25 tahun	Wiraswasta	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
49	Perempuan	26-30 tahun	Wiraswasta	> Rp. 3.100.000
50	Laki-laki	21-25 tahun	Wiraswasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
51	Laki-laki	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000

52	Laki-laki	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
53	Laki-laki	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
54	Perempuan	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
55	Perempuan	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
56	Perempuan	26-30 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
57	Perempuan	26-30 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
58	Laki-laki	21-25 tahun	Wiraswasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
59	Laki-laki	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
60	Laki-laki	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
61	Perempuan	26-30 tahun	Pegawai Swasta	> Rp. 3.100.000
62	Perempuan	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
63	Laki-laki	26-30 tahun	Wiraswasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
64	Laki-laki	21-25 tahun	Wiraswasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
65	Laki-laki	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000
66	Laki-laki	26-30 tahun	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.100.000
67	Perempuan	21-25 tahun	Wiraswasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
68	Perempuan	21-25 tahun	Wiraswasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
69	Perempuan	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp. 1.100.000- Rp. 2.000.000
70	Perempuan	> 30 tahun	Wiraswasta	Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000
71	Laki-laki	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
72	Perempuan	17-20 tahun	Pegawai Swasta	Rp. 1.100.000- Rp. 2.000.000
73	Perempuan	26-30 tahun	Pegawai Negeri Sipil	Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000
74	Perempuan	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000
75	Perempuan	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000
76	Perempuan	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
77	Laki-laki	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
78	Laki-laki	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
79	Laki-laki	17-20 tahun	Pegawai Swasta	Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000
80	Perempuan	> 30 tahun	Pegawai Negeri Sipil	Rp.2.100.000- Rp. 3.000.000
81	Laki-laki	21-25 tahun	Wiraswasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
82	Laki-laki	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000
83	Perempuan	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000
84	Laki-laki	21-25 tahun	Wiraswasta	Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000
85	Laki-laki	21-25 tahun	Wiraswasta	Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000
86	Perempuan	> 30 tahun	Pegawai Negeri Sipil	Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000
87	Perempuan	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
88	Laki-laki	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
89	Laki-laki	21-25 tahun	Pegawai Swasta	Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000
90	Perempuan	> 30 tahun	Wiraswasta	Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000
91	Perempuan	26-30 tahun	Pegawai Swasta	> Rp. 3.100.000
92	Perempuan	26-30 tahun	Pegawai Negeri Sipil	Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000
93	Perempuan	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
94	Perempuan	17-20 tahun	Pegawai Swasta	Rp.1.100.000- Rp. 2.000.000
95	Perempuan	> 30 tahun	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.100.000
96	Perempuan	26-30 tahun	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 3.100.000
97	Perempuan	26 - 30 tahun	Pegawai Swasta	> Rp. 3.100.000
98	Perempuan	17-20 tahun	Mahasiswa	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
99	Perempuan	17-20 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp. 500.000- Rp. 1.000.000
100	Laki-laki	17-20 tahun	Pegawai Swasta	Rp. 1.100.000- Rp. 2.000.000

Lampiran 4

1. Uji Validitas

Correlations

		Kenyamanan produk	Penggunaan BBM yangirit	Fitur yang khusus	Penampilan produk	total produk
Kenyamanan produk	Pearson Correlation	1	.657 ^{**}	.623 ^{**}	.687 ^{**}	.861 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Penggunaan BBM yangirit	Pearson Correlation	.657 ^{**}	1	.518 ^{**}	.846 ^{**}	.884 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Fitur yang khusus	Pearson Correlation	.623 ^{**}	.518 ^{**}	1	.504 ^{**}	.779 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Penampilan produk	Pearson Correlation	.687 ^{**}	.846 ^{**}	.504 ^{**}	1	.393 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
total produk	Pearson Correlation	.861 ^{**}	.884 ^{**}	.779 ^{**}	.893 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

Correlations

		Persepsi_harga	Harga_terjangkau	total harga	Mudah_didapat_dan_dibeli	Kemudahan_suku_cadang	total tempat
Persepsi_harga	Pearson Correlation	1	.593 ^{**}	.884 ^{**}	.686 ^{**}	.726 ^{**}	.787 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Harga_terjangkau	Pearson Correlation	.593 ^{**}	1	.900 ^{**}	.726 ^{**}	.705 ^{**}	.798 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
total harga	Pearson Correlation	.884 ^{**}	.900 ^{**}	1	.792 ^{**}	.802 ^{**}	.888 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Mudah_didapat_dan_dibeli	Pearson Correlation	.686 ^{**}	.726 ^{**}	.792 ^{**}	1	.608 ^{**}	.903 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kemudahan_suku_cadang	Pearson Correlation	.726 ^{**}	.705 ^{**}	.802 ^{**}	.608 ^{**}	1	.690 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
total tempat	Pearson Correlation	.787 ^{**}	.798 ^{**}	.888 ^{**}	.903 ^{**}	.890 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

Correlations

		Frekuensi munculnya iklan	penjual yang ramah dan komunikatif	total promosi
Frekuensi munculnya iklan	Pearson Correlation	1	.604**	.910**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
penjual yang ramah dan komunikatif	Pearson Correlation	.604**	1	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
total promosi	Pearson Correlation	.910**	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

Correlations

		Merek yang berkualitas	Logo yang ditimbulkan	Tempat tinggal yang makin berkembang	Rasa solidaritas	Pengaruh keluarga dan teman	Sesuai dengan kebutuhan	total merek
Merek yang berkualitas	Pearson Correlation	1	.429**	.507**	.410**	.425**	.397**	.592**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Logo yang ditimbulkan	Pearson Correlation	.429**	1	.750**	.763**	.663**	.784**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Tempat tinggal yang makin berkembang	Pearson Correlation	.507**	.750**	1	.828**	.808**	.845**	.934**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Rasa solidaritas	Pearson Correlation	.410**	.763**	.828**	1	.777**	.830**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Pengaruh keluarga dan teman	Pearson Correlation	.425**	.663**	.808**	.777**	1	.739**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Sesuai dengan kebutuhan	Pearson Correlation	.397**	.784**	.845**	.830**	.739**	1	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
total merek	Pearson Correlation	.592**	.868**	.934**	.913**	.870**	.909**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

Correlations

		Kondisi ekonomi	Gaya hidup	Dapat diterima disegala usia	Mengetahui kelebihan sepeda	total perilaku konsumen
Kondisi ekonomi	Pearson Correlation	1	.681**	.594**	.678**	.874**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Gaya hidup	Pearson Correlation	.681**	1	.504**	.741**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

2. Uji Validitas

V 1		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	26	26%
4	62	62%
3	8	8%
2	2	2%
1	2	2%
TOTAL	100	100%

V 2		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	42	42%
4	41	41%
3	13	13%
2	4	4%
1	0	0%
TOTAL	100	100%

V 3		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	24	24%
4	53	53%
3	19	19%
2	0	0%
1	4	4%
TOTAL	100	100%

V 4		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	36	36%
4	46	46%
3	13	13%
2	2	2%
1	3	3%
TOTAL	100	100%

V 5		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	25	25%
4	56	56%
3	15	15%
2	2	2%
1	2	2%
TOTAL	100	100%

V 6		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	19	19%
4	54	54%
3	21	21%
2	3	3%
1	3	3%
TOTAL	100	100%

V 7		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	23	23%
4	57	57%
3	14	14%
2	2	2%
1	4	4%
TOTAL	100	100%

V 8		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	24	24%
4	47	47%
3	24	24%
2	4	4%
1	1	1%
TOTAL	100	100%

V 9		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	27	27%
4	44	44%
3	22	22%
2	4	4%
1	3	3%
TOTAL	100	100%

V 10		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	21	21%
4	52	52%
3	23	23%
2	2	2%
1	2	2%
TOTAL	100	100%

V 11		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	21	21%
4	54	54%
3	21	21%
2	2	2%
1	2	2%
TOTAL	100	100%

V 12		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	17	17%
4	45	45%
3	23	23%
2	7	7%
1	8	8%
TOTAL	100	100%

V 13		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	28	28%
4	27	27%
3	30	30%
2	11	11%
1	4	4%
TOTAL	100	100%

V 14		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	18	18%
4	40	40%
3	25	25%
2	10	10%
1	7	7%
TOTAL	100	100%

V 15		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	25	25%
4	38	38%
3	24	24%
2	10	10%
1	3	3%
TOTAL	100	100%

V 16		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	29	29%
4	36	36%
3	22	22%
2	11	11%
1	2	2%
TOTAL	100	100%

V 17		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	19	19%
4	59	59%
3	14	14%
2	4	4%
1	4	4%
TOTAL	100	100%

V 18		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	23	23%
4	54	54%
3	18	18%
2	2	2%
1	3	3%
TOTAL	100	100%

V 19		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	24	24%
4	53	53%
3	17	17%
2	5	5%
1	1	1%
TOTAL	100	100%

V 20		
Nilai	Jumlah	Persentase
5	27	27%
4	50	50%
3	16	16%
2	4	4%
1	3	3%
TOTAL	100	100%

Lampiran 5

1. Uji Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	20

	Item-Total Statistics				Cronbach's Alpha if Item Deleted
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Total Correlation	
produk	73.43	102.934	.368	.885	
Penggunaan BBM yang irit	73.30	100.636	.487	.882	
Fitur yang khusus	73.58	101.216	.408	.884	
Penampilan produk	73.41	100.871	.414	.884	
Persepsi harga	73.51	101.303	.447	.883	
Harga terjangkau	73.68	100.402	.464	.882	
Mudah didapat dan dibeli	73.58	102.812	.312	.887	

Kemudahan suku cadang	73.62	99.066	.562	.880
Frekuensi munculnya iklan	73.63	98.296	.533	.880
Penjual yang ramah dan komunikatif	73.63	102.680	.353	.885
Merek	73.61	99.957	.528	.881
Logo yang ditimbulkan	73.95	97.927	.466	.883
Tempat tinggal yang makin berkembang	73.87	93.831	.654	.876
Rasa solidaritas	73.99	95.182	.593	.878
Pengaruh keluarga dan teman	73.79	97.359	.527	.880
Sesuai dengan kebutuhan	73.72	96.406	.575	.879
Perilaku konsumen	73.66	97.499	.609	.878
Gaya hidup	73.59	99.093	.545	.880
Dapat diterima disegala usia	73.57	100.308	.495	.882
Mengetahui kelebihan sepeda motor	73.57	97.278	.609	.878

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
77.51	109.323	10.456	20

Lampiran 6

1. Analisis Faktor SPSS

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.807
Bartlett's Test of Sphericity	1.602E3
Df	190
Sig.	.000

Anti-image Matrices

	(V1)	(V2)	(V3)	(V4)	(V5)	(V6)	(V7)	(V8)	(V9)	(V10)	(V11)	(V12)	(V13)	(V14)	(V15)	(V16)	(V17)	(V18)	(V19)	(V2)	
Anti-Image Covariance																					
Kenyamanan produk	.322	-.025	-.157	-.088	-.020	-.040	.028	.000	.004	.030	.021	.045	.038	-.046	.000	-.043	-.068	.025	.066	.0	
Penggunaan BBM yang irit	-.025	.220	-.021	-.147	-.047	.011	.009	.021	-.025	.003	.010	.038	-.002	-.014	.000	-.022	.011	-.044	-.032	.0	

Fitur yang khusus	-.157	-.021	.461	-.013	.043	.035	-.016	-.030	-.018	-.074	-.011	-.034	.030	.017	-.026	-.010	-.029	-.034	-.066	.0E
Penampilan produk	-.088	-.147	-.013	.201	.020	.000	-.005	-.002	.007	-.009	-.021	-.040	-.019	.032	.011	.029	.020	.040	.023	-.0E
Persepsi harga	-.020	-.047	.043	.020	.237	.052	-.108	-.128	.052	-.114	-.065	-.021	.002	-.024	.051	.005	.052	-.033	.071	-.04
Harga terjangkau	-.040	.011	.035	.000	.052	.226	-.064	-.072	-.053	-.104	-.022	.016	-.028	.017	.018	-.006	-.023	-.035	.066	.0E
Mudah didapat dan dibeli	.028	.009	-.016	-.005	-.108	-.064	.190	.019	-.107	.078	.066	.034	.005	.008	-.028	-.016	-.048	.078	-.026	.01
Kemudahan suku cadang	.000	.021	-.030	-.002	-.128	-.072	.019	.275	-.031	.010	.009	.033	-.017	.034	-.047	-.001	-.039	-.019	-.034	.01
Frekuensi munculnya iklan	.004	-.025	-.018	.007	.052	-.053	-.107	-.031	.190	-.059	-.085	-.049	.021	-.036	.035	.023	.075	-.013	-.020	-.0E
Penjual yang ramah dan komunikatif	.030	.003	-.074	-.009	-.114	-.104	.078	-.059	.287	.128	.018	-.022	.000	-.022	.024	-.032	.039	-.096	.041	.0E
Merek yang berkualitas	.021	.010	-.011	-.021	-.065	-.022	.066	-.085	.128	.395	-.017	-.046	.017	-.021	.028	-.114	-.037	-.094	.067	.0E
Logo yang ditimbulkan	.045	.038	-.034	-.040	-.021	.016	.034	-.049	.018	-.017	.276	-.031	-.039	-.010	-.075	-.015	-.032	.037	.043	.0E
Tempat tinggal yang makin berkembang	.038	-.002	.030	-.019	.002	-.028	.005	.021	-.022	-.046	-.031	.146	-.042	-.063	-.063	-.008	.026	-.010	-.020	-.0E
Rasa solidaritas	-.046	-.014	.017	.032	-.024	.017	.008	-.036	.000	.017	-.039	-.042	.181	-.072	-.046	-.021	-.018	.054	-.005	-.0E
Pengaruh keluarga dan teman	.000	.000	-.026	.011	.051	.018	-.028	.035	-.022	-.021	-.010	-.063	-.072	.272	.000	.009	.006	-.026	-.006	-.0E

Sesuai dengan kebutuhan	-.043	-.022	-.010	.029	.005	-.006	-.016	.023	.024	.028	-.075	-.063	-.046	.000	.181	.032	-.007	-.048	-.019	-.019
Kondisi ekonomi	-.068	.011	-.029	.020	.052	-.023	-.048	.075	-.032	-.114	-.015	-.008	-.021	.009	.032	.290	-.061	-.070	-.095	-.095
Gaya hidup	.025	-.044	-.034	.040	-.033	-.035	.078	-.013	.039	-.037	-.032	.026	-.018	.006	-.007	-.061	.276	-.020	-.120	-.120
Dapat diterima disegala usia	.066	-.032	-.066	.023	.071	.066	-.026	-.020	-.096	-.094	.037	-.010	.054	-.026	-.048	-.070	-.020	.418	-.055	-.055
Mengetahui kelebihan sepeda motor	.031	.050	.054	-.082	-.042	.033	.011	-.063	.041	.067	.043	-.020	-.005	-.006	-.019	-.095	-.120	-.055	.257	.257
<i>Anti-Image Covariance</i>																				
Kenyamanan produk	.756 ^a	-.093	-.406	-.344	-.072	-.150	.114	.014	.098	.059	.151	.173	-.189	.001	-.177	-.222	.084	.180	.107	.107
Penggunaan BBM yang irit	-.093	.771 ^a	-.065	-.701	-.206	.048	.044	-.120	.011	.033	.152	-.010	-.070	.001	-.113	.044	-.179	-.104	.209	.209
Fitur yang khusus	-.406	-.065	.827 ^a	-.042	.129	.108	-.054	-.062	-.203	-.026	-.094	.115	.060	-.072	-.035	-.079	-.095	-.150	.157	.157
Penampilan produk	-.344	-.701	-.042	.703 ^a	.092	-.002	-.026	.036	-.037	-.075	-.169	-.114	.168	.047	.154	.085	.171	.081	-.361	-.361
Persepsi harga	-.072	-.206	.129	.092	.698 ^a	.224	-.509	.247	-.439	-.211	-.082	.012	-.114	.203	.026	.198	-.130	.224	-.172	-.172
Harga terjangkau	-.150	.048	.108	-.002	.224	.820 ^a	-.307	-.255	-.409	-.072	.063	-.156	.082	.072	-.030	-.091	-.142	.215	.138	.138
Mudah didapat dan dibeli	.114	.044	-.054	-.026	-.509	-.307	.706 ^a	-.562	.334	.241	.147	.032	.044	-.125	-.085	-.202	.339	-.092	.048	.048
Kemudahan suku cadang	.000	.084	-.085	-.010	-.501	-.289	.083	-.134	.035	.029	.120	-.083	.152	-.170	-.006	-.138	-.070	-.102	.059	.059
Frekuensi munculnya iklan	.014	-.120	-.062	.036	.247	-.255	-.562	.757 ^a	-.252	-.311	-.214	.128	-.194	.155	.125	.317	-.055	-.071	-.284	-.284

Penjual yang ramah dan komunikatif	.098	.011	-.203	-.037	-.439	-.409	.334	-.252	.728 ^a	.381	.063	-.107	.001	-.077	.104	-.110	.140	-.277	.149	.149
Merek yang berkualitas	.059	.033	-.026	-.075	-.211	-.072	.241	-.311	.381	.788 ^a	-.052	-.190	.064	-.063	.107	-.336	-.111	-.231	.209	.209
Logo yang ditimbulkan	.151	.152	-.094	-.169	-.082	.063	.147	-.214	.063	-.052	.882 ^a	-.153	-.175	-.035	-.335	-.053	-.115	.110	.163	.163
Tempat tinggal yang makin berkembang	.173	-.010	.115	-.114	.012	-.156	.032	.128	-.107	-.190	-.153	.881 ^a	-.261	-.317	-.390	-.038	.128	-.042	-.105	-.105
Rasa solidaritas	-.189	-.070	.060	.168	-.114	.082	.044	-.194	.001	.064	-.175	-.261	.880 ^a	-.324	-.251	-.091	-.082	.196	-.025	-.025
Pengaruh keluarga dan teman	.001	.001	-.072	.047	.203	.072	-.125	.155	-.077	-.063	-.035	-.317	-.324	.901 ^a	-.002	.032	.022	-.078	-.024	-.024
Sesuai dengan kebutuhan	-.177	-.113	-.035	.154	.026	-.030	-.085	.125	.104	.107	-.335	-.390	-.251	-.002	.876 ^a	.138	-.032	-.175	-.090	-.090
Kondisi ekonomi	-.222	.044	-.079	.085	.198	-.091	-.202	.317	-.110	-.336	-.053	-.038	-.091	.032	.138	.822 ^a	-.217	-.200	-.349	-.349
Gaya hidup	.084	-.179	-.095	.171	-.130	-.142	.339	-.055	.140	-.111	-.115	.128	-.082	.022	-.032	-.217	.838 ^a	-.058	-.450	-.450
Dapat diterima disegala usia	.180	-.104	-.150	.081	.224	.215	-.092	-.071	-.277	-.231	.110	-.042	.196	-.078	-.175	-.200	-.058	.807 ^a	-.167	-.167
Mengetahui kelebihan sepeda motor	.107	.209	.157	-.361	-.172	.138	.048	-.284	.149	.209	.163	-.105	-.025	-.024	-.090	-.349	-.450	-.167	.783 ^a	.783 ^a

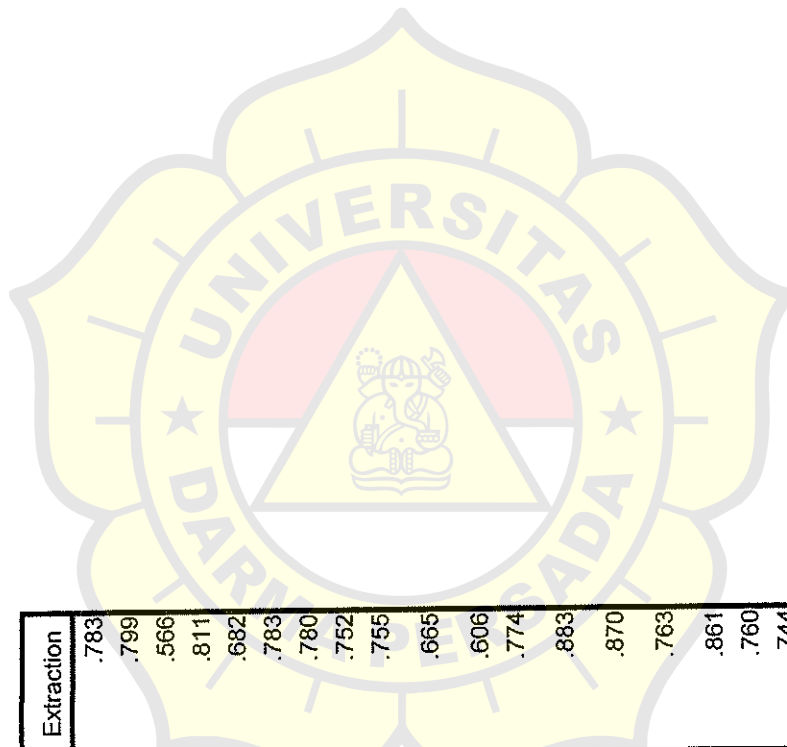
Communalities

	Initial	Extraction
Kenyamanan produk	1.000	.783
Penggunaan BBM yang irit	1.000	.799
Fitur yang khusus	1.000	.566
Penampilan produk	1.000	.811
Persepsi harga	1.000	.682
Harga terjangkau	1.000	.783
Mudah didapat dan dibeli	1.000	.780
Kemudahan suku cadang	1.000	.752
Frekuensi munculnya iklan	1.000	.755
Penjual yang ramah dan komunikatif	1.000	.665
Merek yang berkualitas	1.000	.606
Logo yang ditimbulkan	1.000	.774
Tempat tinggal yang makin berkembang	1.000	.883
Rasa solidaritas	1.000	.870
Pengaruh keluarga dan teman	1.000	.763
Sesuai dengan kebutuhan	1.000	.861
Kondisi ekonomi	1.000	.760
Gaya hidup	1.000	.744
Dapat diterima disegala usia	1.000	.627
Mengetahui kelebihan sepeda motor	1.000	.699

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Communalities

	Initial	Extraction
Kenyamanan produk	1.000	.783
Penggunaan BBM yang irit	1.000	.799
Fitur yang khusus	1.000	.566
Penampilan produk	1.000	.811
Persepsi harga	1.000	.682
Harga terjangkau	1.000	.783
Mudah didapat dan dibeli	1.000	.780
Kemudahan suku cadang	1.000	.752
Frekuensi munculnya iklan	1.000	.755
Penjual yang ramah dan komunikatif	1.000	.665
Merek yang berkualitas	1.000	.606
Logo yang ditimbulkan	1.000	.774
Tempat tinggal yang makin berkembang	1.000	.883
Rasa solidaritas	1.000	.870
Pengaruh keluarga dan teman	1.000	.763
Sesuai dengan kebutuhan	1.000	.861
Kondisi ekonomi	1.000	.760
Gaya hidup	1.000	.744
Dapat diterima disegala usia	1.000	.627
Mengetahui kelebihan sepeda motor	1.000	.699



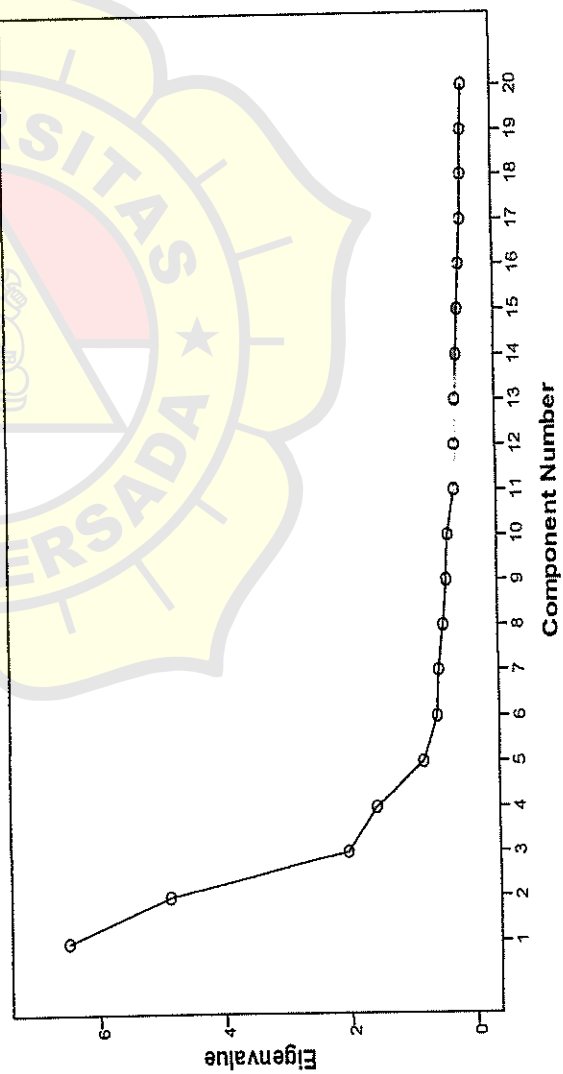
Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	6.489	32.446	32.446	6.489	32.446	32.446	4.355	21.777
2	4.872	24.359	56.805	4.872	24.359	56.805	4.157	20.786	42.563
3	2.033	10.163	66.968	2.033	10.163	66.968	3.495	17.473	60.037
4	1.569	7.846	74.814	1.569	7.846	74.814	2.955	14.777	74.814
5	.818	4.091	78.905						
6	.599	2.996	81.901						
7	.566	2.832	84.733						
8	.479	2.393	87.126						
9	.420	2.100	89.226						
10	.395	1.974	91.200						
11	.285	1.426	92.626						
12	.265	1.325	93.951						
13	.248	1.242	95.193						
14	.214	1.072	96.265						
15	.192	.959	97.225						
16	.159	.793	98.018						

17	.119	.597	98.614
18	.105	.524	99.138
19	.097	.487	99.625
20	.075	.375	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Scree Plot



Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
Tempat tinggal yang makin berkembang	.758	-.450	-.100	.310
Mengetahui kelebihan sepeda motor	.716	-.210	-.049	-.373
Kondisi ekonomi	.716	-.205	-.035	-.452
Rasa solidaritas	.699	-.469	.004	.402
Sesuai dengan kebutuhan	.684	-.505	.037	.371
Gaya hidup	.672	-.347	.006	-.415
Pengaruh keluarga dan teman	.644	-.500	-.077	.305
Merek yang berkualitas	.639	-.260	-.067	-.354
Dapat diterima disegala usia	.596	-.131	-.179	-.472
Logo yang ditimbulkan	.591	-.552	.029	.345
Kemudahan suku cadang	.570	.566	-.324	-.050
Mudah didapat dan dibeli	.299	.733	-.356	.165
Penjual yang ramah dan komunikatif	.338	.696	-.217	.138
Harga terjangkau	.452	.685	-.308	.118
Persepsi harga	.439	.650	-.222	.127
Frekuensi munculnya iklan	.528	.632	-.274	.036
Kenyamanan produk	.374	.402	.687	.101
Penampilan produk	.430	.446	.652	-.029
Penggunaan BBM yang irit	.491	.451	.594	.037
Fitur yang khusus	.426	.391	.475	-.078

Lampiran 7

1. Uji Varimax

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
Mudah didapat dan dibeli	.873	-.079	-.075	.075
Harga terjangkau	.870	.006	.057	.150
Frekuensi munculnya iklan	.831	.026	.173	.183
Kemudahan suku cadang	.809	.031	.285	.129
Persepsi harga	.798	.019	.040	.206
Penjual yang ramah dan komunikatif	.789	-.057	-.040	.194
Rasa solidaritas	.015	.904	.218	.071
Sesuai dengan kebutuhan	-.040	.893	.238	.080
Tempat tinggal yang makin berkembang	.088	.875	.332	.006
Logo yang ditimbulkan	-.114	.846	.214	.023
Pengaruh keluarga dan teman	-.009	.828	.277	-.032
Kondisi ekonomi	.084	.249	.821	.129
Gaya hidup	-.053	.316	.795	.096

Dapat diterima disegala usia	.156	.131	.765	-.008
Mengetahui kelebihansepeda motor	.101	.301	.764	.117
Merek yang berkualitas	.044	.293	.718	.056
Penampilan produk	.183	-.003	.096	.876
Kenyamanan produk	.133	.066	-.030	.872
Penggunaan BBMyangirit	.252	.074	.088	.850
Fitur yang khusus	.219	-.004	.165	.701

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

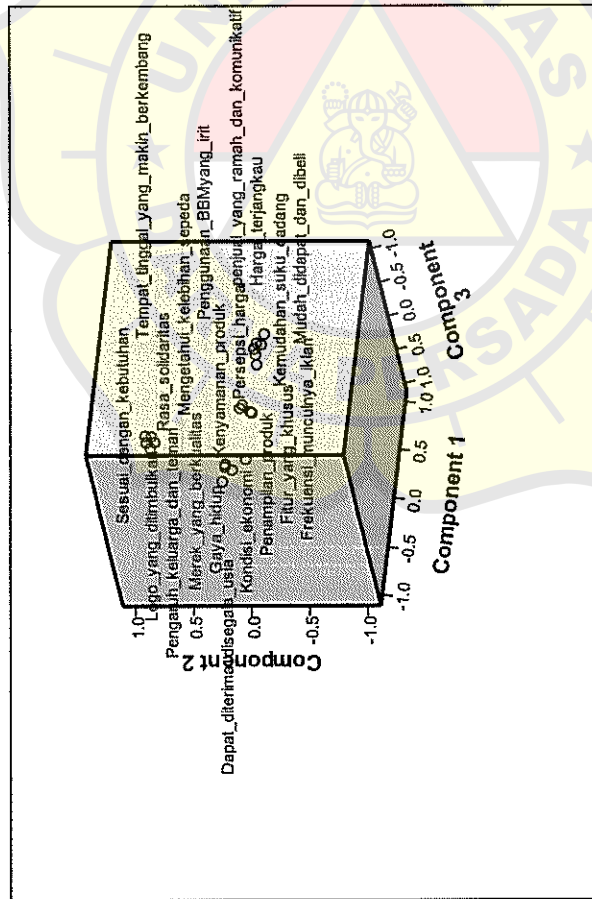
Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4
1	.418	.596	.595	.341
2	.741	-.504	-.232	.378
3	-.494	-.026	-.120	.861
4	.179	.624	-.760	.016

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

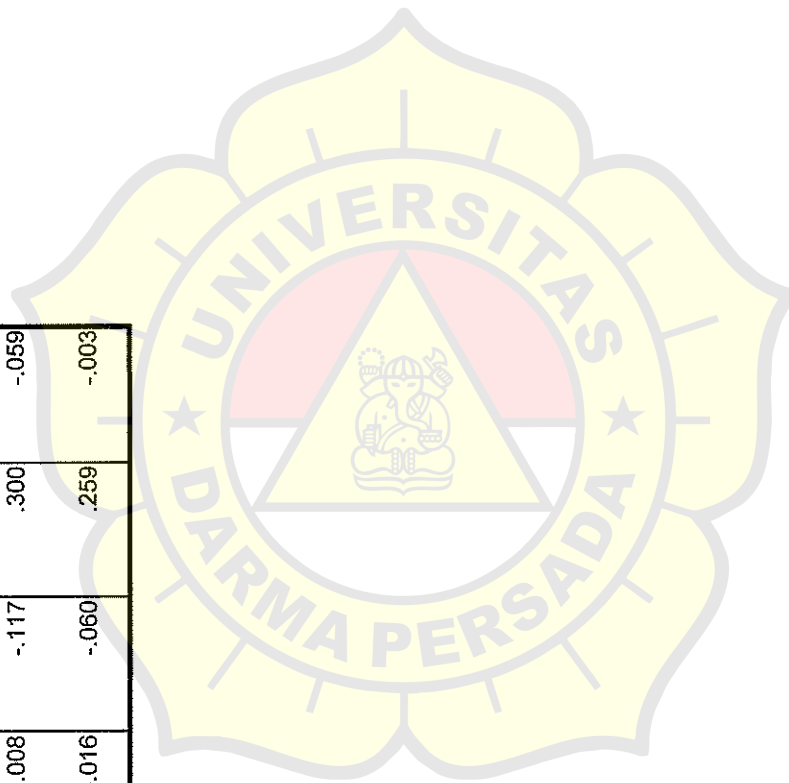
Component Plot in Rotated Space



Component Score Coefficient Matrix

	Component			
	1	2	3	4
Kenyamanan produk	-.070	.024	-.074	.343
Penggunaan BBM yang irit	-.040	.006	-.030	.313
Fitur yang khusus	-.037	-.038	.030	.253
Penampilan produk	-.066	-.026	-.006	.333
Persepsi harga	.196	.027	-.039	-.019
Harga terjangkau	.222	.022	-.030	-.052
Mudah didapat dan dibeli	.236	.022	-.066	-.076
Kemudahan suku cadang	.196	-.022	.069	-.064
Frekuensi munculnya iklan	.201	.001	.017	-.039
Penjual yang ramah dan komunikatif	.196	.017	-.056	-.019
Merek yang berkualitas	-.022	-.054	.246	-.019
Logo yang ditimbulkan	-.014	.248	-.089	.004
Tempat tinggal yang makin berkembang	.040	.241	-.053	-.035
Rasa solidaritas	.019	.273	-.109	.006
Pengaruh keluarga dan teman	.019	.233	-.060	-.035

Sesuai dengan kebutuhan	.001	.262	-.095	.016
Kondisi ekonomi	-.028	-.092	.296	.002
Gaya hidup	-.058	-.068	.279	.007
Dapat diterima disegala usia	.008	-.117	.300	-.059
Mengetahui kelebihan sepeda motor	-.016	-.060	.259	-.003



Lampiran 8

1. Uji Quartimax

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
Mudah didapat dan dibeli	.875	-.078	-.080	.049
Harga terjangkau	.875	.007	.052	.123
Frekuensi munculnya iklan	.837	.028	.169	.157
Kemudahan suku cadang	.814	.034	.280	.102
Persepsi harga	.804	.021	.036	.181
Penjual yang ramah dan komunikatif	.794	-.057	-.043	.170
Rasa solidaritas	.018	.905	.215	.067
Sesuai dengan kebutuhan	-.037	.894	.234	.077
Tempat tinggal yang makin berkembang	.090	.876	.327	-.001
Logo yang ditimbulkan	-.113	.846	.211	.023
Pengaruh keluarga dan teman	-.008	.829	.273	-.036

Kondisi ekonomi	.093	.253	.820	.120
Gaya hidup	-.045	.320	.794	.091
Dapat diterima disegala usia	.161	.134	.763	-.019
Mengetahui kelebihan sepeda motor	.110	.305	.763	.108
Merek yang berkualitas	.051	.296	.717	.049
Penampilan produk	.210	.000	.101	.870
Kenyamanan produk	.159	.068	-.025	.868
Penggunaan BBM yang irit	.279	.077	.092	.841
Fitur yang khusus	.242	.000	.168	.692

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Quartimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 4 iterations.

Component Transformation Matrix

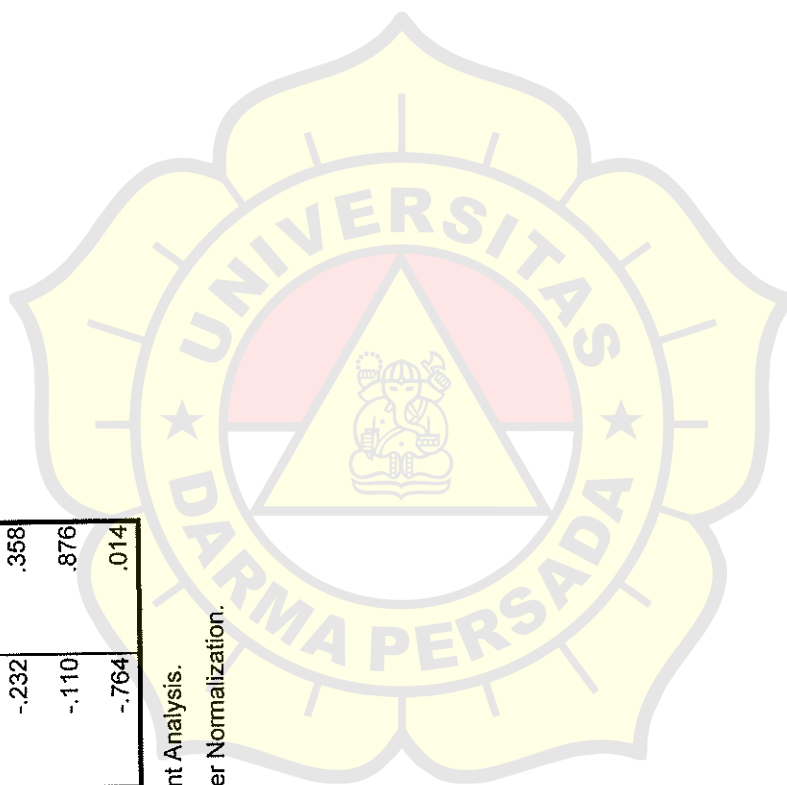
Component	1	2	3	4
1	.432	.600	.592	.322
2	.751	-.504	-.232	.358
3	-.468	-.024	-.110	.876
4	.174	.621	-.764	.014

Component Transformation Matrix

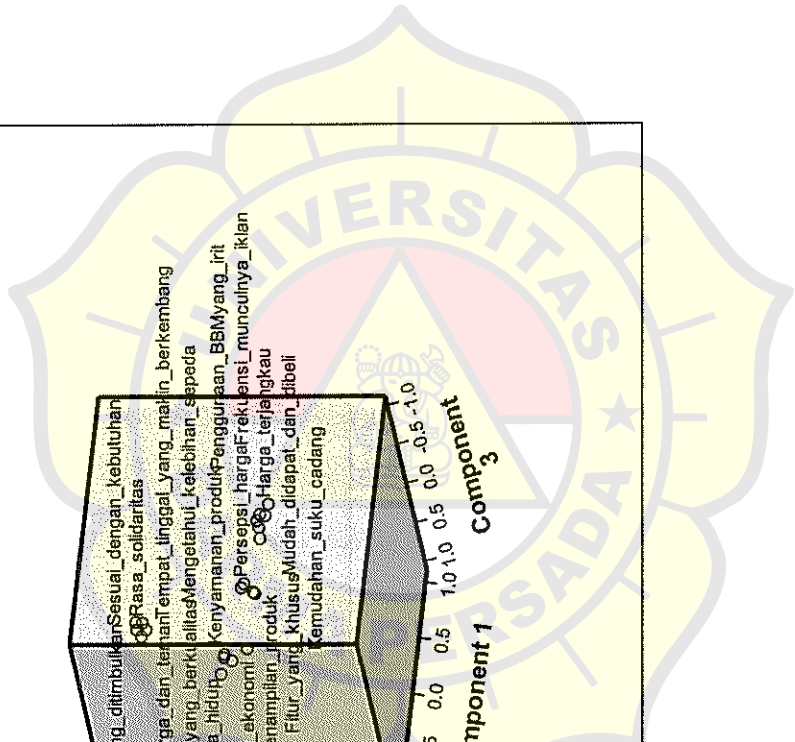
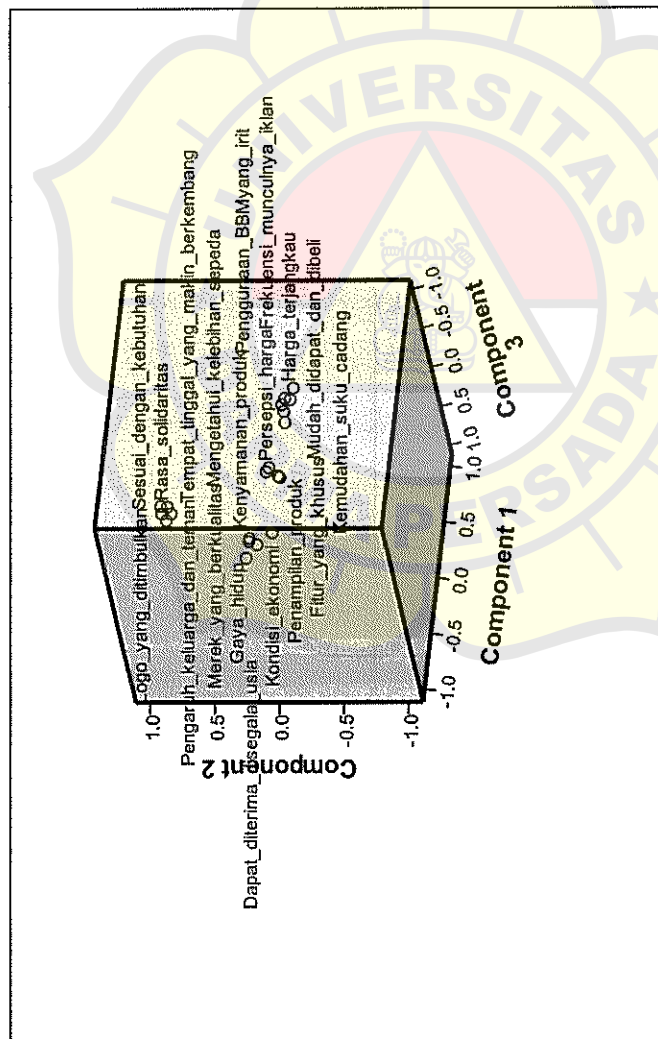
Component	1	2	3	4
1	.432	.600	.592	.322
2	.751	-.504	-.232	.358
3	-.468	-.024	-.110	.876
4	.174	.621	-.764	.014

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Quartimax with Kaiser Normalization.



Component Plot in Rotated Space



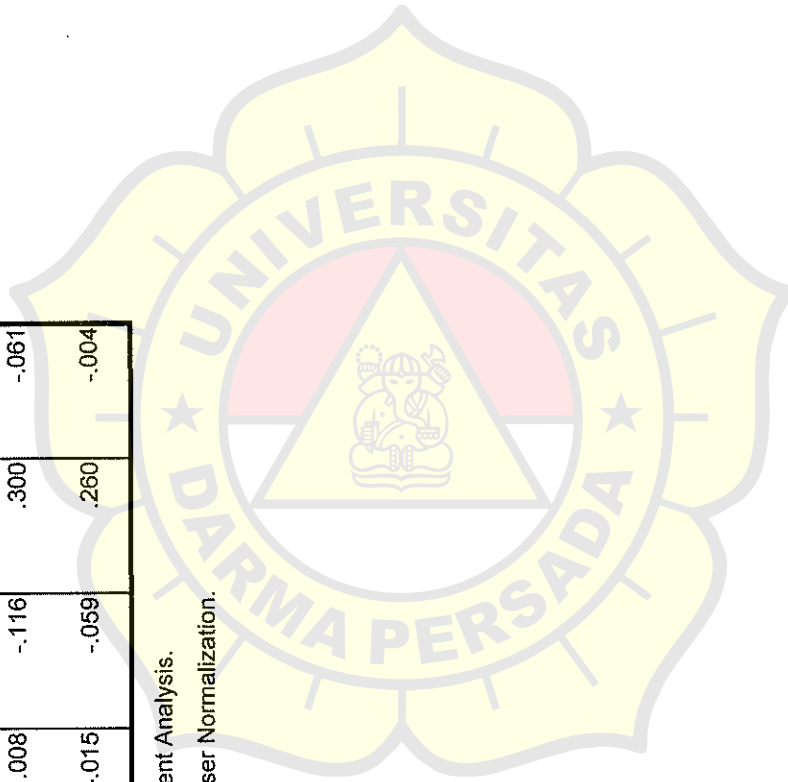
Component Score Coefficient Matrix

	Component			
	1	2	3	4
Kenyamanan produk	-.060	.025	-.072	.345
Penggunaan BBM yang irit	-.031	.007	-.027	.314
Fitur yang khusus	-.029	-.037	.032	.254
Penampilan produk	-.056	-.025	-.004	.335
Persepsi harga	.195	.026	-.041	-.025
Harga terjangkau	.220	.021	-.032	-.059
Mudah didapat dan dibeli	.233	.021	-.069	-.083
Kemudahan suku cadang	.194	-.022	.067	-.070
Frekuensi munculnya iklan	.200	.001	.015	-.045
Penjual yang ramah dan komunikatif	.195	.017	-.058	-.024
Merek yang berkualitas	-.021	-.053	.247	-.020
Logo yang ditimbulkan	-.014	.248	-.090	.004
Tempat tinggal yang makin berkembang	.038	.240	-.055	-.036
Rasa solidaritas	.018	.272	-.110	.006
Pengaruh keluarga dan teman	.017	.233	-.062	-.036

Sesuai dengan kebutuhan	.000	.262	-.096	.016
Kondisi ekonomi	-.026	-.091	.297	.001
Gaya hidup	-.056	-.066	.280	.007
Dapat diterima disegala usia	.008	-.116	.300	-.061
Mengetahui kelebihan sepeda motor	-.015	-.059	.260	-.004

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Quartimax with Kaiser Normalization.

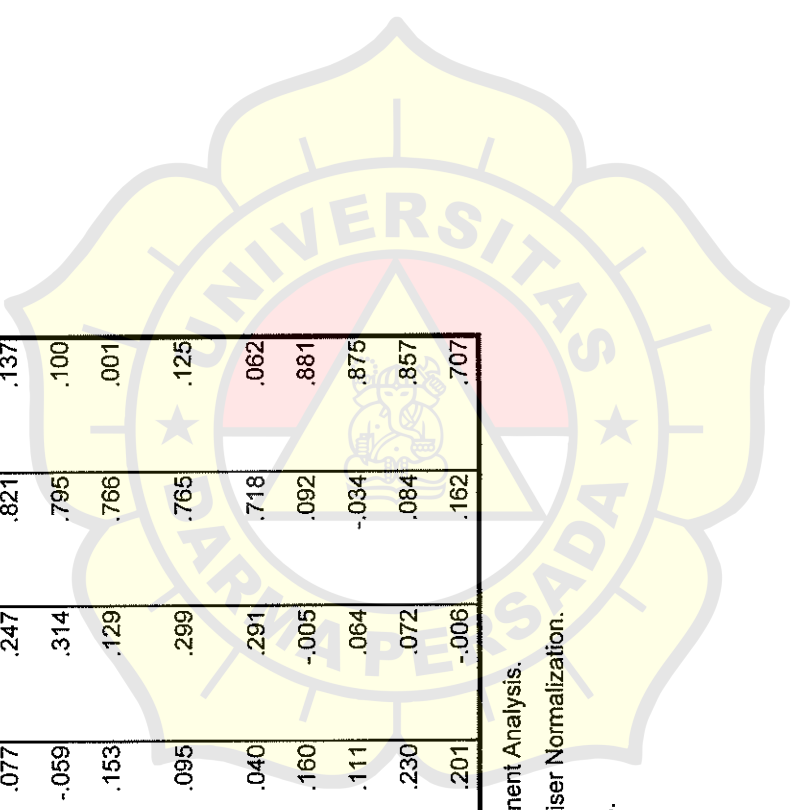


Lampiran 9

1. Uji Equamax

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
Mudah didapat dan dibeli	.871	-.080	-.071	.097
Harga terjangkau	.866	.005	.060	.172
Frekuensi munculnya iklan	.825	.025	.176	.205
Kemudahan suku cadang	.804	.030	.288	.151
Persepsi harga	.793	.018	.043	.227
Penjual yang ramah dan komunikatif	.784	-.059	-.037	.213
Rasa solidaritas	.013	.904	.220	.075
Sesuai dengan kebutuhan	-.042	.892	.239	.082
Tempat tinggal yang makin berkembang	.087	.874	.334	.012



Logo yang ditimbulkan	-.115	.845	.215	.024
Pengaruh keluarga dan teman	-.008	.827	.279	-.028
Kondisi ekonomi	.077	.247	.821	.137
Gaya hidup	-.059	.314	.795	.100
Dapat diterima disegala usia	.153	.129	.766	.001
Mengetahui kelebihan sepeda motor	.095	.299	.765	.125
Merek yang berkualitas	.040	.291	.718	.062
Penampilan produk	.160	-.005	.092	.881
Kenyamanan produk	.111	.064	-.034	.875
Penggunaan BBM yang irit	.230	.072	.084	.857
Fitur yang khusus	.201	-.006	.162	.707

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Equamax with Kaiser Normalization.

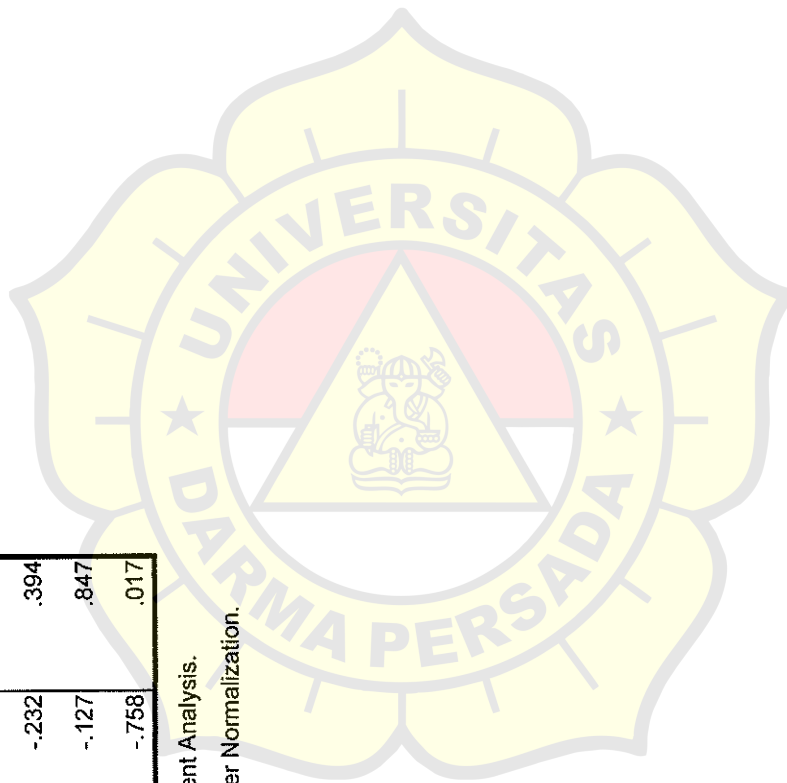
a. Rotation converged in 5 iterations.

Component Transformation Matrix

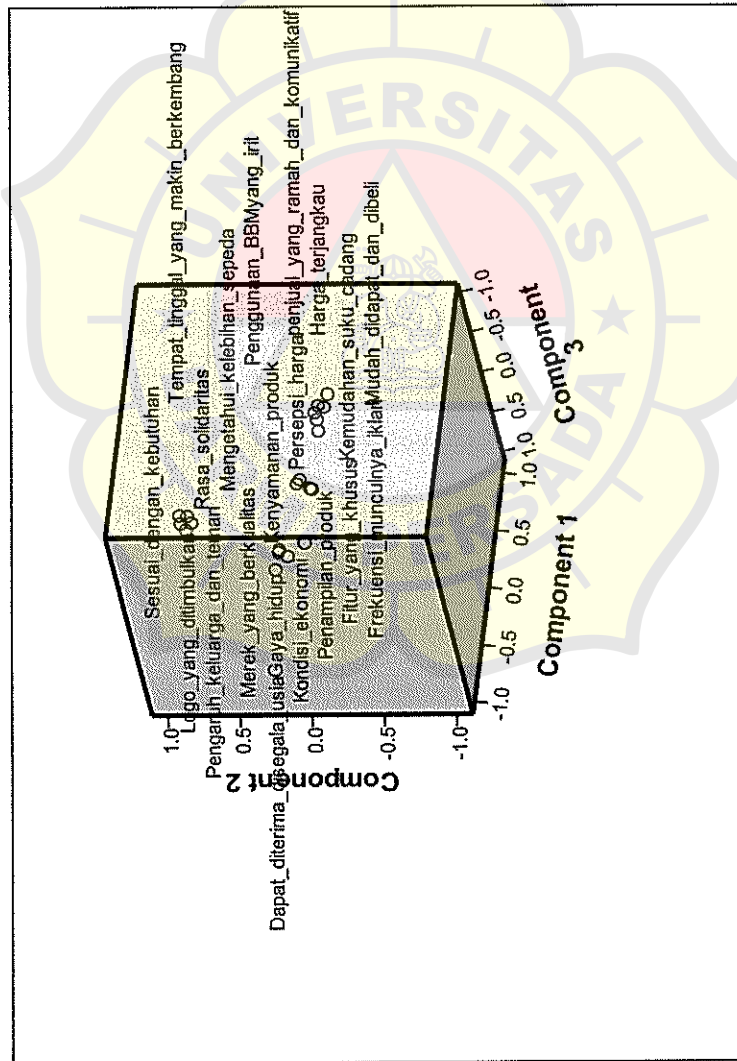
Component	1	2	3	4
1	.407	.594	.596	.356
2	.732	-.505	-.232	.394
3	-.515	-.027	-.127	.847
4	.183	.626	-.758	.017

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Equamax with Kaiser Normalization.



Component Plot in Rotated Space



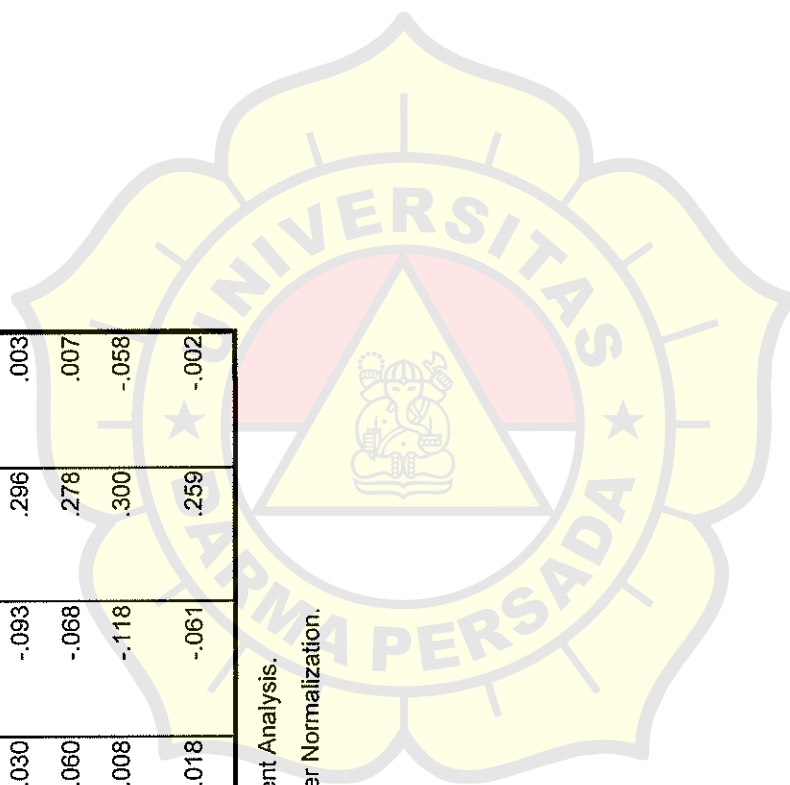
Component Score Coefficient Matrix

	Component			
	1	2	3	4
Kenyamanan produk	-.079	.024	-.077	.340
Penggunaan BBM yang irit	-.048	.005	-.032	.312
Fitur yang khusus	-.044	-.039	.028	.252
Penampilan produk	-.075	-.027	-.009	.331
Persepsi harga	.196	.027	-.038	-.015
Harga terjangkau	.223	.022	-.029	-.047
Mudah didapat dan dibeli	.238	.022	-.065	-.071
Kemudahan suku cadang	.197	-.022	.070	-.058
Frekuensi munculnya iklan	.202	.001	.018	-.034
Penjual yang ramah dan komunikatif	.197	.017	-.055	-.014
Merek yang berkualitas	-.023	-.055	.246	-.018
Logo yang ditimbulkan	-.013	.249	-.088	.004
Tempat tinggal yang makin berkembang	.041	.241	-.052	-.033
Rasa solidaritas	.019	.273	-.108	.007

Pengaruh keluarga dan teman	.020	.233	-.059	-.034
Sesuai dengan kebutuhan	.001	.262	-.095	.016
Kondisi ekonomi	-.030	-.093	.296	.003
Gaya hidup	-.060	-.068	.278	.007
Dapat diterima disegala usia	.008	-.118	.300	-.058
Mengetahui kelebihan sepeda motor	-.018	-.061	.259	-.002

Extraction Method: Principal Component Analysis.






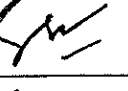
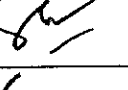

Rotation Method: Equamax with Kaiser Normalization.



LAMPIRAN 10

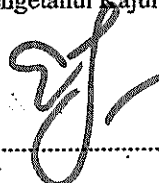
**LEMBAR KONSULTASI
BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nama Mahasiswa : Fina Kurniawati
 No. Induk Mhs : 2008410015
 Dosen Pembimbing : Bpk. Sukardi, SE,MM
 Mulai Bimbingan : Rabu, 19-03-2014
 Terakhir Bimbingan : Jum'at, 07-08-2015

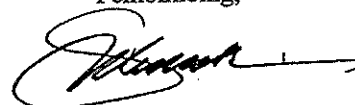
No.	Hari/Tanggal Bimbingan	Bab.Materi Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1.	Rabu, 19-03-2014	Pengajuan Proposal	
2.	Senin, 21/04 ¹⁴	Bimbingan Proposal Bab 1, bab 2, dan bab 3	
3.	Jumat, 23/05 ¹⁴	Revisi bab 1 - 3	
4.	Kamis, 5/06 ¹⁴	Bimbingan kuesioner	
5.	Kamis, 19/06 ¹⁴	Perhitungan data	
6.	Selasa, 21/04 ¹⁵	Pemeriksaan bab 4 & bab 5	
7.	Rabu, 08/07 ¹⁵	Revisi bab 4 & bab 5	
8.	Jumat, 07/8 ¹⁵	Penyempurnaan dari cover sampai lampiran	

Jakarta, 24/08/2015

Mengetahui Kajur,


(.....)

Pembimbing,


(.....)