

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu mengenai Pengaruh dari komponen ekuitas merek terhadap minat beli ulang Sepeda Motor Sport Yamaha YZF - R25 di Yogyakarta.

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Kesimpulan Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Pada bagian ini, peneliti akan mengambil kesimpulan dari hasil data, sejumlah 120 data yang telah dikumpulkan. Kesimpulannya yaitu:

1. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda motor Yamaha YZF R25 yang berada di Yogyakarta.
2. Total responden sebanyak 120 responden, 107 responden berjenis kelamin pria dan 13 responden berjenis kelamin wanita.
3. Sebagian besar responden berusia antara 19 hingga 25 tahun (65.8%).
4. Sebagian besar responden sudah bekerja 56 responden (46.7%).
5. Sebagian besar responden memiliki Yamaha YZF R25 atas nama pribadi sebanyak 79 responden (65,8%).
6. Sebagian besar menggunakan sepeda motor Yamaha YZF R25 sebanyak >4 kali dalam seminggu.

5.1.2 Kesimpulan Analisis Regresi

Kesimpulan utama yang dihasilkan dari penelitian ini adalah semua variable komponen ekuitas merek: kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan

loyalitas merek berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang sepeda motor Yamaha YZF R25 di Yogyakarta. Hasil uraian analisis sebagai berikut:

1. Kesadaran merek berpengaruh secara positif terhadap minat beli ulang ulang Yamaha YZF R25 di Yogyakarta.
2. Asosiasi merek berpengaruh secara positif terhadap minat beli ulang Yamaha YZF R25 di Yogyakarta.
3. Persepsi kualitas berpengaruh secara positif terhadap minat beli ulang Yamaha YZF R25 di Yogyakarta.
4. Loyalitas merek berpengaruh secara positif terhadap minat beli ulang Yamaha YZF R25 di Yogyakarta.

5.2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini membahas Pengaruh dari komponen ekuitas merek terhadap minat beli ulang sepeda motor sport Yamaha YZF - R25 di Yogyakarta. Studi pada konsumen Yamaha YZF- R25 di Yogyakarta. Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan Yamaha Motor untuk memperhatikan faktor-faktor untuk meningkatkan minat beli konsumen sepeda motor Yamaha YZF R25.

1. Loyalitas merek berpengaruh secara positif terhadap minat beli ulang Yamaha YZF R25 di Yogyakarta. Hal ini tentu di dorong oleh kualitas yang ditawarkan oleh sepeda motor Yamaha YZF R25, semakin baik kualitas yang di miliki tentu konsumen akan menjadi setia terhadap produk tersebut. Khususnya bagi Yamaha Motor Indonesia agar terus menjaga kualitas dari sepeda motor Yamaha YZF R25 dan menjaga hubungan dengan para konsumen melalui berbagai macam komunikasi dan dukungan dengan di

selenggarakannya program – program yang membuat konsumen merasa bahwa mereka dipedulikan oleh perusahaan.

2. Persepsi kualitas berpengaruh secara positif terhadap minat beli ulang Yamaha YZF R25 di Yogyakarta. Hal ini merupakan hal yang wajar semakin baik kualitas yang dimiliki produk akan semakin baik pula persepsi kualitas yang terbangun di benak para konsumen sehingga akan meningkatkan minat beli konsumen. Khususnya bagi Yamaha Motor Indonesia agar terus melakukan pengembangan teknologi dan melakukan berbagai jenis riset terhadap Yamaha YZF R25 agar mampu memiliki kualitas terbaik di kelasnya dan menjadi yang terdepan. Karena penting bagi konsumen menerima kualitas sepeda motor yang baik dan dapat diandalkan dalam penggunaannya.
3. Kesadaran merek berpengaruh secara positif terhadap minat beli ulang Yamaha YZF R25 di Yogyakarta. Hal ini merupakan suatu hal yang wajar semakin tinggi kesadaran merek akan produk maka akan semakin tinggi minat beli akan produk tersebut. Dalam hal ini khususnya Yamaha Motor Indonesia harus terus mampu dalam membangun kesadaran merek produknya khususnya Yamaha YZF R25 melalui berbagai cara seperti penyebaran informasi, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen akan program – program khusus bagi konsumen Yamaha YZF R25 secara terus menerus agar selalu tertanam di benak konsumen akan kesadaran merek Yamaha YZF R25 bahwa Yamaha YZF R25.

4. Asosiasi merek berpengaruh secara positif terhadap minat beli ulang Yamaha YZF R25 di Yogyakarta. Hal ini merupakan suatu hal yang wajar semakin baik asosiasi merek yang di miliki akan semakin banyak juga konsumen yang mengenali produk tersebut. Khususnya bagi Yamaha Motor Indonesia agar dapat terus membangun dan mengembangkan karakteristik yang dimiliki oleh Yamaha YZF R25 agar semakin banyak calon konsumen yang mengenali produk tersebut diantara sepeda motor sejenis.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tentu tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan yang ada dan mungkin bisa diperbaiki di penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Jumlah responden yang bisa didapat hanya berjumlah 120 responden pengguna sepeda motor Yamaha YZF R25.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan metode kuisisioner secara *online*, terkadang responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan keadaan sesungguhnya.
3. Penelitian ini hanya terbatas untuk satu produk sepeda motor Yamaha YZF R25. Sedangkan terdapat produk yang setara yang dikeluarkan oleh Yamaha Motor Indonesia yaitu Yamaha MT-25.

5.4 Saran Penelitian

5.4.1 Saran bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa komponen ekuitas merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang, oleh karena itu Yamaha motor Indonesia harus terus mampu meningkatkan dan menjaga akan kesadaran merek, assosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek yang ada pada produk Yamaha YZF R25 sehingga kedepan Yamaha YZF R25 dapat terus bersaing di antara motor dengan tipe sejenis yang berasal dari produsen lain.

5.4.2 Saran bagi penelitian selanjutnya

1. Dalam penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan agar dilakukan penelitian terhadap merek sepeda motor bertipe *sport fairing* yang berasal dari perusahaan sepeda motor lain.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa mengambil responden tidak hanya dari pengguna Yamaha YZF R25 melainkan dari pengguna sepeda motor merek lain dengan tipe yang sejenis.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variable lain selain variable – variable yang terdapat dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvindo A.V (2015) “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Harga Premium dan Niat Beli Produk Sepeda Polygon di Surabaya” Skripsi: STIE Perbanas Surabaya”.
- Alfionita .C.M., Suharyono., Yulianto E., (2016) “Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian (survey pada pembeli Oppo *Smartphone* di counter *Handphone* MATOS)”. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 36 No. 1 Juli 2016
- Cynthia Ratna Santoso, Tabita Ella Cahyadi , (2014) “*Analyzing the Impact of Brand Equity towards Purchase Intention in Automotive Industry: A Case Study of ABC in Surabaya.* *iBuss Management* Vol. 2, No. 2, (2014) 29-39
- Cheng-Ping .Dr.Li., (2017) *Effects of Brand Image, Perceived Price, Perceived Quality, and Perceived Value on the Purchase Intention towards Sports and Tourism Products of the 2016 Taichung International Travel Fair*” The Journal of International Management Studies, Volume 12 Number 2, August, 2017.
- Diwangkoro .L., Nata .H.J., (2017) “*The Effect of Brand Awareness, Word Of Mouth, and Perception of Risk on the Buying Intention towards Box Brand GIVI in Surabaya*”. e-ISSN 2599-0705 Volume 1 Nomor 2, November 2017 THE INTERNATIONAL JOURNAL OF APPLIED BUSINESS TIJAB
- Dewi V.C., Sulistyawati .E., (2018) “Peran *brand awareness* memediasi pengaruh iklan terhadap niat beli (studi kasus pada produk pasta gigi merek Sensodyne di kota Denpasar)” E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 4, 2018: 1742-1770 ISSN : 2302-8912
- Djumarno, Sjafar .O., Djamaluddin .S., (2017) “*The Effect of Brand Image, Product Quality, and Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty*” *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)* Volume 2 Issue 10 November 2017, P.P.15-24 ISSN: 2456-4559.
- Eliasari .P.R.A., Sukaatmadja .I.P.G., (2017) “Pengaruh *brand awareness* terhadap *purchase intention* di mediasi oleh *perceived quality* dan *brand loyalty*” E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 12, 2017: 6620-6650.

- Fitriyani., (2010) “Pengukuran tingka kesadaran merek (*brand awareness*) pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE Express) Solo (studi ada mahasiswa Diploma tiga fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta)”. Skripsi : Fakultas Ekonomi DIII Universitas Sebelas Maret Surakarta 2010
- Gautam D.K., (2018) “*Impact of brand equity on purchase intention of smartphone*” Vol-1, Issue-2 Amity Journal of Strategic Management May 2018..
- Herma Yunitasari, Ahyar Yuniawan, (2006), “Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan Mobil Merek Toyota.
- Herawati A.F., (2019) “*Pengaruh Harga, Kesadaran Merek Dan Kualitas Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Scoopy Di Siodarjo*” Undergraduate thesis, STIE Perbanas Surabaya.
- Hariansyah .W., (2017) “Pengaruh citra merek, kesadaran merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat (studi kasus pada pembelian sepeda motor di dealer Honda Sleman Yogyakarta)”. skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Irsyad .M., (2018) “Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha NMAX pada konsumen Yamaha Baturaja” Skripsi: Fakultaas Ekonomi dan Bisnis Universitas lampung.
- Koliby I.S.A., Rahma .DR. M.A., (2018) “*Influence dimension of Brand equity on purhcase intention toward smartphone in Malaysia*” ISSN(e): 2309-3951;ISSN(p): 2411-0221 Volume 15, Number 1, January-April, 2018
- Kurniawan .Y (2013) “Pengaruh *brand community* dan ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan (studi pada komunitas honda maestro di Yogyakarta)” skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Krisno .D., Samuel .H. Prof. S.E, M.Si (2013) “Pengaruh *Perceived Quality, Perceived Sacrifice* dan *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* di Informa Innovative Furnishing Pakuwon City Surabaya” Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol 1, No. 1 (2013) 1-12.

- Liu Yan, Fan Xiaojun, Jie Li, Xuebing Dong, (2019) "*Extrinsic cues, perceived quality, and purchase intention for private labels: Evidence from the Chinese market*", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Lestari .A., (2015) "Pengaruh Komponen *Brand Equity* Terhadap *Purchase Intention* Pada Smartphone Merek Blackberry" skripsi: Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>
- Lina Y.H., Feng Jyh Linb F.J., Ryanc .,C (2014) "*Tourists' purchase intentions: impact of franchise brand awareness*"
- Miftakh, I. J. (2013) "Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro".
- Nasreen Khan N., Rahmani S.H.R., Hoel H.Y., Chen T.B., (2015) "*Causal Relationships among Dimensions of Consumer-Based Brand Equity and Purchase Intention: Fashion Industry*" *International Journal of Business and Management*; Vol. 10, No. 1; 2015 ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119.
- Nugroho .F., (2019) *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, Kepuasan Pada Desain Website Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pelanggan Tokopedia Di Surabaya*. Undergraduate thesis, STIE Perbanas Surabaya.
- Han N.T.H., NGUYEN T.Q., Truong D.Q., Huynh N.T., (2019) "*The Effect of Brand Equity Components on Automobile Purchase Intention of Consumers in Ho Chi Minh City, Vietnam*" *Nga Thi Hang PHAN, Thang Quyet NGUYEN, Dung Quang TRUONG, Nguyen The HUYNH / Journal of Asian Finance, Economics and Business* Vol 6 No 2 (2019) 135-145.
- Rafif M.A.A., Mawardi M.K., (2017) "Pengaruh Internasional *Brand Image, Brand Community, Brand Equity* terhadap loyalitas pelanggan (Surver pada Komunitas motor Vespa Malang" *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 50 No. 5 September 2017
- Saputro, M. G. (2015), "Analisis Pengaruh *Brand Awareness Brand Association, Perceived Quality* dan *Brand Loyalty* Terhadap *Purchase Intention* Laptop Acer Diponegoro. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Yogyakarta".

- Sari M.B, Apriyeni .D, Erita (2017) “Pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor mio sport di CV. Mursil Muaro Sijunjung dengan kepercayaan merek sebagai variable intervening”.
- Senthilnathan .S., Tharmi .U., (2012) “*The Relationship of Brand Equity to Purchase Intention The IUP Journal of Marketing Management*, Vol. XI, No. 2, 2012”.
- Sari .M.H., (2016) “Pengaruh ekuitas merek (*brand equity*) Android Samsung terhadap minat beli pada mahasiswa fakultas Psikologi Universitas Negeri Malang”. Skripsi: Fakultas Psikologi Universitas Negeri Malang
- Suharyani .K., (2015) “Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian produk minuman teh Botol Sosro pada mahasiswa jurusan pendidikan Ekonomi Undiksha 2015” *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE)* Volume: 5 Nomor: 1 Tahun: 2015.
- Utami .D.T., Drs. Saryadi, M.Si (2016) “Pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas dan asosiasi merek terhadap loyalitas merek melalui kepuasan konsumen sebagai variable intervening pada penggunaan IM3 (studi pada mahasiswa S1 Universitas Diponegoro Semarang”. Skripsi: Jurusan Administrasi Bisnis – Fakultas Sosial dan Ilmu Politik.
- Wang X., Yang Z., (2013) ”*The Effect of Brand Credibility on Consumers’ Brand Purchase Intention in Emerging Economies: The Moderating Role of Brand Awareness and Brand Image*”

LAMPIRAN I
KUISONER



Pengaruh Komponen Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Studi pada Konsumen Yamaha YZF- R25 di Yogyakarta

Perkenalkan saya Joshua Pramudita mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika program studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta sedang melakukan penelitian untuk Tugas akhir (Skripsi) mengenai “Pengaruh dari komponen Ekuitas Merek Terhadap minat beli ulang Studi pada konsumen Yamaha YZF- R25 di Yogyakarta”. Saya memohon ketersediaan saudara/I untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner ini. Atas partisipasi dan kesedian Saudara/I, saya ucapkan terimakasih.

BAGIAN 1

1. Jenis Kelamin :
 - a. Laki - laki
 - b. perempuan
2. Berapa usia anda :
 - a. < 18 tahun
 - b. 19 – 25 tahun
 - c. 26 - 35 tahun
 - d. 36 <
3. Pekerjaan :
 - a. Pelajar
 - b. Mahasiswa
 - c. Bekerja
 - d.
4. Saya sebagai :
 - a. Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25
 - b. Pengguna Yamaha YZF R25

5. Seberapa sering anda menggunakan Yamaha YZF R25 dalam 1 minggu
- a. 1 – 2 kali
 - b. 3 – 4 kali
 - c. 5 <

Gambar bentuk sepeda motor Yamaha YZF R25



BAGIAN 2

Responden dipersilahkan untuk memberi tanda centang (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan sebagai berikut.

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Komponen ekuitas merek

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
<i>Brand Awareness</i> (Kesadaran merek)						
1.	Saya mengetahui tentang produk sepeda motor Yamaha YZF R25					
2.	Saya bisa mengenali sepeda motor Yamaha YZF R25 di antara merek pesaing.					
3.	Saya tahu seperti apa sepeda motor Yamaha YZF R25					

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
<i>Brand Association</i> (asosiasi merek)						
1.	Sepeda motor Yamaha YZF R25 memiliki karakteristik yang dapat saya ketahui dengan cepat.					
2.	Saya mengenali Logo dari motor Yamaha YZF R25					
3.	Saya tidak mengalami kesulitan dalam membayangkan bentuk sepeda motor Yamaha YZF R25					

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
<i>Perceived Quality</i> (persepsi kualitas)						
1.	Sepeda motor Yamaha YZF R25 memiliki kualitas yang tinggi					
2.	kemungkinan kualitas sepeda motor Yamaha YZF R25 sangat tinggi					
3.	kemungkinan sepeda motor Yamaha YZF R25 dapat di andalkan sangat tinggi					
4.	Sepeda motor Yamaha YZF R25 pasti berkualitas sangat baik					

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
<i>Brand Loyalty</i> (loyalitas merek)						
1.	Jika sepeda motor Yamaha YZF R25 tersedia dipameran akan menjadi pilihan pertama saya					
2.	saya menganggap diri saya setia pada sepeda motor Yamaha YZF R25					
3.	Sepeda motor Yamaha YZF R25 adalah merek pilihan saya					
4.	Saya tidak akan membeli merek lain sepeda motor lain dengan tipe sejenis					

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
<i>Purchahse Intention</i> (minat beli)						
1.	Saya akan membeli Yamaha YZF R25 di bandingkan merek motor lain yang sejenis					
2.	Saya akan merekomendasikan merek Yamaha YZF R25 kepada orang lain					
3.	saya bersedia membeli Yamaha YZF R25 di masa depan					



No	Jenis kelamin	Umur	Pekerjaan	Saya sebagai	Penggunaan selama 1 minggu
1	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
2	Laki - laki	26 - 35	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
3	Perempuan	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
4	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
5	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
6	Laki - laki	26 - 35	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
7	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
8	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
9	Perempuan	26 - 35	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
10	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
11	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
12	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
13	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
14	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	5 <
15	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
16	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
17	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
18	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
19	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
20	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
21	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali

22	Perempuan	19 - 25	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
23	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
24	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
25	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
26	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
27	Laki - laki	36 <	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
28	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
29	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
30	Perempuan	19 - 25	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
31	Perempuan	19 - 25	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
32	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
33	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
34	Laki - laki	26 - 35	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
35	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
36	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
37	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
38	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
39	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
40	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
41	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
42	Perempuan	36 <	Pelajar	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
43	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
44	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	3 - 4 kali

45	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
46	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
47	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
48	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
49	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
50	Laki - laki	< 18	Pelajar	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
51	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
52	Laki - laki	19 - 25	Pelajar	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
53	Perempuan	< 18	Pelajar	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
54	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
55	Laki - laki	26 - 35	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
56	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
57	Perempuan	26 - 35	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
58	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
59	Laki - laki	19 - 25	Pelajar	Pengguna Yamaha YZF R25	5 <
60	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
61	Perempuan	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
62	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
63	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
64	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	5 <
65	Perempuan	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
66	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
67	Perempuan	< 18	Pelajar	Pengguna Yamaha YZF R25	3 - 4 kali

68	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
69	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
70	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
71	Laki - laki	< 18	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
72	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
73	Laki - laki	< 18	Pelajar	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
74	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
75	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
76	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
77	Laki - laki	36 <	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
78	Laki - laki	< 18	Pelajar	Pengguna Yamaha YZF R25	5 <
79	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	5 <
80	Perempuan	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
81	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
82	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
83	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
84	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
85	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
86	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
87	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
88	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
89	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
90	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <

91	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
92	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
93	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
94	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
95	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
96	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
97	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
98	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
99	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
100	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
101	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
102	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
103	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
104	Laki - laki	36 <	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
105	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
106	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
107	Laki - laki	< 18	Pelajar	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
108	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
109	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
110	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
111	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
112	Laki - laki	36 <	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
113	Laki - laki	36 <	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali

114	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	5 <
115	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	5 <
116	Laki - laki	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	5 <
117	Laki - laki	19 - 25	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
118	Perempuan	19 - 25	Mahasiswa	Pengguna Yamaha YZF R25	1 - 2 kali
119	Laki - laki	26 - 35	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	3 - 4 kali
120	Laki - laki	36 <	Bekerja	Pengguna & Pemilik Yamaha YZF R25	1 - 2 kali



LAMPIRAN III
DATA KUISONER



No	BA1	BA2	BA3	BA S1	BA S2	BA S3	PQ 1	PQ 2	PQ 3	PQ 4	BL 1	BL 2	BL 3	BL 4	PI1	PI2	PI3
1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
2	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	5	4
3	4	5	4	5	3	4	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3
4	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	3	2
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
6	5	5	5	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3	2
7	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
8	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
9	3	1	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3
10	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	3	5	3	3	4	3
11	5	5	4	5	3	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	5	5	2	3	3	2	2	4	2	3	4	4	4	2	1	5
16	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3
18	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	3
19	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
23	5	5	5	3	5	4	4	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5
24	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
26	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3
27	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
28	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
30	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3

31	4	4	4	2	3	3	4	4	4	5	3	3	4	3	3	4	4
32	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4
33	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
34	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	2	4	3	2	3	3	2
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
36	4	5	5	5	4	5	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4
37	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	5	5
38	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
40	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
41	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	2	4	4	3	3	4	4
45	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4
50	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
53	4	3	3	3	3	3	5	3	4	5	5	5	5	5	4	3	4
54	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	3	5	4	5
55	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	2	4	4	3
57	2	2	2	2	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
58	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	3	3
59	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	5
60	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2
61	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	4	4	3	5	5	5	5

62	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
63	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	3	3	4	3	4	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
67	3	2	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
68	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
69	3	3	2	2	2	2	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	2
70	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4
73	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
74	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	4
75	5	5	5	5	5	3	3	4	3	4	3	3	4	2	2	4	3
76	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5
77	4	4	5	3	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
78	5	4	4	3	3	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4
79	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
84	4	4	3	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4
85	4	4	4	5	4	3	4	5	5	3	3	4	5	5	5	4	4
86	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	5	3
87	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3
88	3	3	4	4	5	5	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3
89	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	3	4	5	4	4	3	3	4	5	4	3	3	4	3	4	4	3
92	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	3	3	2	2	4	4

93	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	2	4	4
94	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5
96	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3	3	3	4	3
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
100	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
102	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	2	3	4	3
103	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
104	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4
105	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4
106	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
107	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
108	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
109	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
111	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
112	5	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3
113	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	3	5	4	3	2	4	3
114	5	5	5	3	5	5	2	2	4	3	3	2	3	1	4	3	3
115	3	3	3	4	4	2	1	1	1	1	3	3	4	3	2	3	3
116	1	1	2	3	3	4	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
118	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
120	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4



1. *Brand Awareness* (kesadaran merek)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BA1	9.03	2.378	.780	.816
BA2	9.10	1.748	.766	.863
BA3	9.00	2.483	.806	.807

2. *Brand Association* (asosiasi merek)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BAS1	8.43	3.151	.827	.858
BAS2	8.37	3.413	.787	.889
BAS3	8.40	3.697	.841	.852

3. *Perceived Quality* (persepsi kualitas)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.922	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PQ1	12.33	5.678	.889	.875
PQ2	12.37	5.964	.872	.882
PQ3	12.33	6.989	.662	.948
PQ4	12.47	5.844	.869	.882

4. *Brand Loyalty* (loyalitas merek)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BL1	11.87	6.602	.750	.880
BL2	11.70	6.286	.825	.853
BL3	11.73	6.616	.800	.864
BL4	12.20	6.166	.742	.886

5. *Repurchase Intention* (minat beli ulang)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PI1	7.93	2.685	.862	.539
PI2	7.47	3.844	.594	.831
PI3	7.73	3.857	.600	.826



1. Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.878 ^a	.770	.762	.40088

a. Predictors: (Constant), brand loyalty, brand awareness , brand association , perceived quality

2. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	62.004	4	15.501	96.454	.000 ^b
	Residual	18.481	115	.161		
	Total	80.485	119			

a. Dependent Variable: repurchase intention

b. Predictors: (Constant), brand loyalty, brand awareness , brand association , perceived quality

3. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.319	.231		-1.379	.171
	brand awareness	.186	.051	.194	3.644	.000
	brand association	.149	.065	.148	2.272	.025
	perceived quality	.228	.076	.223	2.993	.003
	brand loyalty	.476	.071	.478	6.735	.000

a. Dependent Variable: repurchase intention