

BAB IV

PENUTUP

Berdasarkan pemaparan dan pembahasan data dari Bab I hingga Bab III sebelumnya, maka dalam Bab IV ini akan dipaparkan kesimpulan dan juga saran yang berhubungan dengan penelitian.

A. Kesimpulan

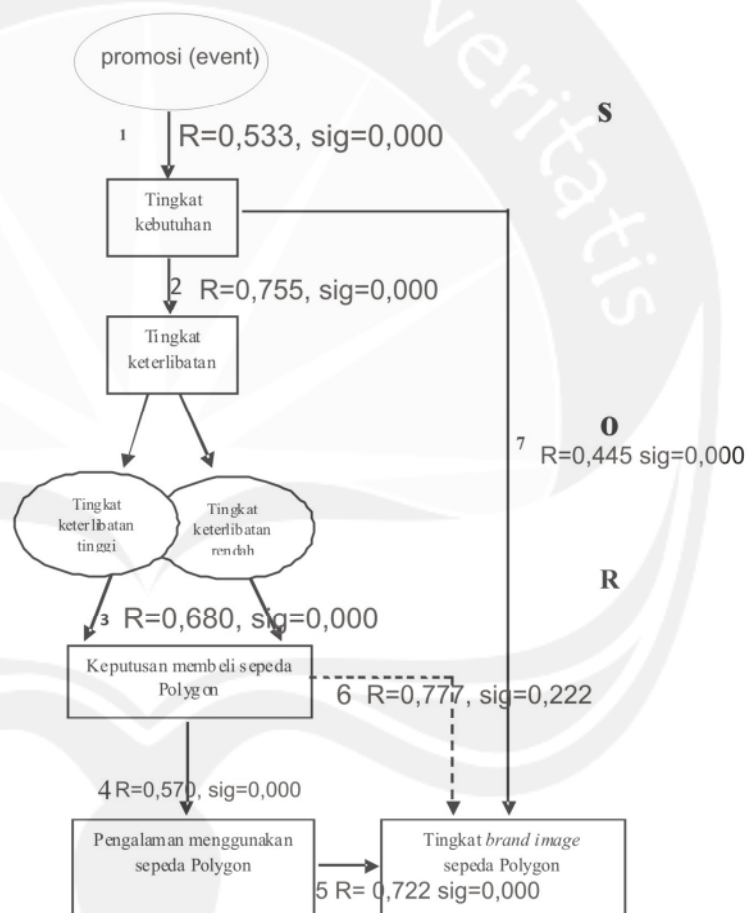
Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil data dan pembahasan dalam penelitian ini adalah :

1. Tingkat kebutuhan mempengaruhi tingkat keterlibatan, yaitu responden memperhatikan dan mempertimbangkan informasi yang berkaitan dengan produk.
2. Tingkat keterlibatan mempengaruhi tingkat keputusan membeli, yaitu konsumen mengambil keputusan konsumen pada informasi yang diperolehnya, dalam hal ini kemauan konsumen dalam mengambil keputusan membeli produk sepeda Polygon.
3. Tingkat keputusan membeli mempengaruhi tingkat pengalaman menggunakan produk, artinya hasil yang diperoleh adalah responden memiliki kesadaran dan perasaan yang positif / baik selama memakai sepeda Polygon.
4. Tingkat pengalaman menggunakan produk mempengaruhi tingkat *brand image* konsumen terhadap sepeda Polygon.

Tingkat kebutuhan mempengaruhi tingkat *brand image* sepeda Polygon.

Hasil dari kesimpulan Model yang disesuaikan dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 4.1
Gambar Model yang disesuaikan



Keterangan Gambar :

—————> : Pengaruh (Pengaruh Signifikan)

-----> : Tidak Berpengaruh (Pengaruh Tidak Signifikan)

Faktor-faktor yang mempengaruhi variabel tingkat *brand image* sepeda Polygon variabel promosi, kebutuhan, keterlibatan, keputusan membeli, pengalaman menggunakan produk sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi variabel *brand image* yaitu keputusan membeli terhadap *brand image*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, terdapat beberapa saran dari peneliti, sebagai berikut :

1. Secara Akademis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh hasil bahwa faktor-faktor yang signifikan mempengaruhi tingkat *brand image* yaitu promosi, kebutuhan, keterlibatan, keputusan membeli, pengalaman menggunakan produk, variabel yang tidak signifikan yaitu tingkat keputusan membeli terhadap variabel *brand image*. Peneliti menyarankan supaya kegiatan dalam mengkomunikasikan pesan melalui iklan Polygon lebih dikembangkan supaya semakin banyak konsumen yang lebih mengetahui merk Polygon dan *brand image* Polygon lebih kuat. Penelitian ini hanya terbatas dalam adaptasi perilaku konsumen dari Leszie Kanuk. Perubahan teori yang diadaptasi dari tokoh atau pendapat ahli mengenai perilaku konsumen juga bisa diubah untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi *brand image* yang lebih signifikan, seperti teori perilaku konsumen dari Mowen

maupun dari teori Engel, Blackwell dan Miniard. Sebab masing-masing pendapat dari tokoh atau ahli yang satu dengan lain memiliki indikator yang berbeda.

2. Secara Praktis

Pengaruh faktor-faktor yang secara teoritis dinyatakan berkaitan namun di dalam penelitian ini ada yang tidak berkaitan yaitu tingkat keputusan membeli tidak mempengaruhi tingkat *brand image*. Tingkat keputusan membeli dinyatakan tidak signifikan terhadap variabel tingkat *brand image*. Faktor yang paling berpengaruh adalah tingkat pengalaman menggunakan produk terhadap tingkat *brand image*.

Peneliti menyarankan supaya *brand image* sepeda Polygon semakin kuat Polygon tidak hanya mengembangkan *showroom* saja namun lebih mengembangkan pemasaran produk dengan tidak hanya melakukan promosi melalui *event sponsorship* tetapi Polygon mengembangkan iklan produk Polygon melalui media cetak maupun elektronik sehingga konsumen akan lebih mengenal produk-produk konsumen dan *brand image* Polygon dapat tertanam di benak konsumen.

Daftar pustaka

- Aaker, David, Myers dkk. 1996. *Advertising Management Fifth Edition*. Pretince Hall.
- Azwar, Saifudin. 1997. *Sikap manusia, Teori dan Pengukurannya*. Pustaka pelajar : Yogyakarta
- Belch, G., E. & Belch, M., A. 1990. *Introduction to Advertising and Promotion Management*. Boston
- Bilson, Simamora. 2003. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Birowo, Antonius M, 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta:Gitanyali.
- Dewi, Ike Janita. 2009. *Creating and Sustaining Brand Equity: Aspek Manajerial dan Akademis dari Branding*. Amara: Yogyakarta
- Engel, F.james, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku konsumen*. Binarupa Aksara: Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Dinamika komunikasi*. Rosda Karya: Bandung
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya : Bandung
- Garvin, David. A. 1998. *Managing Quality.The Strategic and Competitive Edge*. The Free Press: New York
- Jallaludin, Rakhmat. 2003. *Komunikasi Massa*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Khasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan : konsep dan aplikasinya*. Pustaka Utama Grafit.
- Keller, Kevin Lane. 1998. *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. Pretince Hall:New Jersey
- Sciffman, Leon G, Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Perilaku konsumen edisi 7*. Indeks: Jakarta
- Sarwono, Jonathan. 2012. *Path Analysis*.PT. Gramedia :Jakarta

- Mowen, John C. 2002. *Perilaku Konsumen jilid 2*. Erlangga: Jakarta
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu: Yogyakarta.
- Moriarty, Sandra dkk. 2011. *Advertising*. Kencana: Jakarta.
- Peter, J.Paul dan Jerry C. Olson. 1999. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga : Jakarta
- Riel, Van Cees. 1995. *Principles of Corporate*. Pratince Hall:New Jesey.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi edisi revisi*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Rakhmat, Jalaludin. 1997. *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosda Karya: Bandung
- Setiadi, Nugroho J. 2003, *Perilaku Konsumen*. Kencana: Jakarta
- Rangkuti, Freddy. (2004). *"The Power Of Brand"*, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sarwono, Jonathan. 2012. *Path Analysis*. PT. Elex Media Komputindo: Jakarta
- Singarimbun, Masri. 1995. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES :Jakarta
- Sustina, 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya Offset: Bandung.
- Sumartono, 2002. *Terperangkap dalam Iklan*. Alfabeta :Bandung.
- Susanto dan Wijanarko, 2004. *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi*. Quantum Bisnis: Jakarta
- Skripsi :
- Sinurat, Endang Franika. 2005. Pola Hubungan Faktor-faktor yang mempengaruhi keyakinan Pilihan Konsentrasi Studi Periklanan. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Website :
- Diakses pada tanggal 14-06-2012 :
- <http://swa.co.id/business-strategy/marketing/dengan-polygon-ceo-bersepeda>

http://jsmsynergy.com/index.php?option=com_content&view=article&id=127:perkebangan-dan-prospek-industri-sepeda-di-indonesia-2011-2015&catid=42:journal-research&Itemid=77

<http://www.antaranews.com/berita/318527/polygon-perkenalkan-indonesia-melalui-sepeda>

Diakses pada tanggal 18-07-2012 :

<http://id.polygoncycle.com/index.php?pgid=news&mode=detail&catid=3&stoid=1453>

Koran Kedaulatan Rakyat edisi 28 Oktober 2012



LAMPIRAN

LAMPIRAN

Tabel Validitas Skalabilitas

Tabel 1
Tabel promosi

Nomer	Pola	1	2	3	4	Jumlah
1	I	1	0	0	0	0
2	II	1	1	0	0	0
3	III	1	1	1	0	1
4	IV	1	1	1	1	9
Jumlah						10
Kesalahan pola						70
Total responden						80
Ks						0.96
Kr						0.9688

Berikut penjelasan table validitas variabel promosi dengan menggunakan koefisien skalabilitas :

$$K_s = 1 - e/x$$

$$K_s = 1 - 10 / (400 - 70)$$

$$K_s = 0,96$$

Dari perhitungan di atas diketahui bahwa semua item pertanyaan dari variabel promosi dinyatakan valid karena 0,96 lebih besar dari 0,6.

Tabel

TABEL KEBUTUHAN

Nomer	Pola	1	2	3	4	Jumlah
1	I	1	0	0	0	10
2	II	1	1	0	0	5
3	III	1	1	1	0	1
4	IV	1	1	1	1	3
Jumlah						19
Kesalahan pola						61
Total responden						80
Ks						0.9266
Kr						0.9406

Berikut penjelasan table validitas variabel kebutuhan dengan menggunakan koefisien skalabilitas :

$$K_s = 1 - e/x$$

$$K_s = 1 - 19 / (400 - 61)$$

$$K_s = 0,9266$$

Dari perhitungan di atas diketahui bahwa semua item pertanyaan dari variabel kebutuhan dinyatakan valid karena 0,9266 lebih besar dari 0,6.

Tabel 3

TABEL KETERLIBATAN

Nomer	Pola	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Jumlah
-------	------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	--------

1	I	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	II	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	III	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	IV	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	3
5	V	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
6	VI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
7	VII	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
8	VIII	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
Jumlah															5
Kesalahan pola															75
Total responden															80
Ks															0.98
Kr															0.984

Berikut penjelasan table validitas variabel keterlibatan dengan menggunakan koefisien skalabilitas :

$$Ks = 1 - e/x$$

$$Ks = 1 - 5 / (1300 - 75)$$

$$Ks = 0,984$$

Dari perhitungan di atas diketahui bahwa semua item pertanyaan dari variabel keterlibatan dinyatakan valid karena 0,984 lebih besar dari 0,6.

Tabel 4

TABEL KEPUTUSAN MEMBELI

Nomer	Pola	1	2	3	4	Jumlah
1	I	1	0	0	0	24

2	II	1	1	0	0	0
3	III	1	1	1	0	1
4	IV	1	1	1	1	2
Jumlah						27
Kesalahan pola						53
Total responden						80
Ks						0.8989
Kr						0.9156

Berikut penjelasan table validitas variabel keputusan membeli dengan menggunakan koefisien skalabilitas :

$$K_s = 1 - e/x$$

$$K_s = 1 - 27 / (400 - 53)$$

$$K_s = 0,9156$$

Dari perhitungan di atas diketahui bahwa semua item pertanyaan dari variabel keputusan membeli dinyatakan valid karena 0,9156 lebih besar dari 0,6.

Tabel 5

TABEL BRAND IMAGE

Nomer	Pola	1	2	3	4	Jumlah
1	I	1	0	0	0	1
2	II	1	1	0	0	7
3	III	1	1	1	0	9

4	IV	1	1	1	1	22
Jumlah						39
Kesalahan pola						41
Total responden						80
Ks						0.8602
Kr						0.8781

Berikut penjelasan table validitas variabel brand image dengan menggunakan koefisien skalabilitas :

$$K_s = 1 - e/x$$

$$K_s = 1 - 22 / (400 - 41)$$

$$K_s = 0,8602$$

1. Total jawaban responden masing-masing Variabel

a. Tingkat kebutuhan

Skor terendah adalah 0 dan skor tertinggi 4 maka :

$$\begin{aligned}
 &= \frac{(4 - 0)}{3} \\
 &= \frac{4}{3} \\
 &= 1,33
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan didapatkan nilai rentang skala 1,33 dengan demikian skala yang digunakan untuk menginterpretasikan data adalah:

0,00-1,33 = Rendah

1,34-2,67 = Sedang

2,68- 4,00 = Tinggi

TABEL 6
Kategorisasi Variabel tingkat kebutuhan

		Kebutuhan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	37	46.3	46.3	46.3
	Sedang	28	35.0	35.0	81.3
	Tinggi	15	18.8	18.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

a. Promosi

Skor terendah adalah 0 dan skor tertinggi 4 maka :

$$= \frac{(4 - 0)}{3}$$

$$= \frac{4}{3}$$

$$= 1,33$$

Hasil perhitungan didapatkan nilai rentang skala 1,33 dengan demikian skala yang digunakan untuk menginterpretasikan data adalah:

0,00-1,33 = Rendah

1,34-2,67 = Sedang

2,68- 4,00 = Tinggi

TABEL 7
Kategorisasi Variabel tingkat promosi

		Promosi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	21	26.3	26.3	26.3
	Sedang	25	31.3	31.3	57.5
	Tinggi	34	42.5	42.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

b. Keputusan pembelian

Skor terendah adalah 0 dan skor tertinggi 4 maka :

$$= \frac{(4-0)}{3}$$

$$= \frac{4}{3}$$

$$= 1,33$$

Hasil perhitungan didapatkan nilai rentang skala 1,33 dengan demikian skala yang digunakan untuk menginterpretasikan data adalah:

0,00-1,33 = Rendah

1,34-2,67 = Sedang

2,68- 4,00 = Tinggi

TABEL 8
Kategorisasi Variabel tingkat keputusan pembelian
Keputusan membeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	76	95.0	95.0	95.0
	Sedang	1	1.3	1.3	96.3
	Tinggi	3	3.8	3.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

a. Brand Image

Skor terendah adalah 0 dan skor tertinggi 4 maka :

$$= \frac{(4-0)}{3}$$

$$= \frac{4}{3}$$

$$= 1,33$$

Hasil perhitungan didapatkan nilai rentang skala 1,33 dengan demikian skala yang digunakan untuk menginterpretasikan data adalah:

0,00-1,33 = Rendah

1,34-2,67 = Sedang

2,68- 4,00 = Tinggi

TABEL 9
Kategorisasi Variabel tingkat brand image

Brand image		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	20	25.0	25.0	25.0
	Sedang	16	20.0	20.0	45.0
	Tinggi	44	55.0	55.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

c. Keterlibatan

Skor terendah adalah 0 dan skor tertinggi 13 maka :

$$\begin{aligned}
 &= \frac{(13 - 0)}{3} \\
 &= \frac{13}{3} \\
 &= 4,33
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan didapatkan nilai rentang skala 4,33 dengan demikian skala yang digunakan untuk menginterpretasikan data adalah:

0,00-4,33 = Rendah

4,34-8,67 = Sedang

8,68- 13,00 = Tinggi

TABEL 10
Kategorisasi Variabel tingkat keterlibatan

Keterlibatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	13	16.3	16.3	16.3
	Sedang	23	28.8	28.8	45.0
	Tinggi	44	55.0	55.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

d. Pengalaman

Skor terendah adalah 2 dan skor tertinggi 6 maka :

$$= \frac{(12 - 6)}{3}$$

$$= \frac{6}{3}$$

$$= 2$$

Hasil perhitungan didapatkan nilai rentang skala 2 dengan demikian skala yang digunakan untuk menginterpretasikan data adalah:

6,00 - 7,00 = Rendah

8,00 - 9,00 = Sedang

10,00 - 12,00 = Tinggi

TABEL 11
Kategorisasi Variabel tingkat pengalaman

Pengalaman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	26	32.5	32.5	32.5
	Sedang	25	31.3	31.3	63.8
	Tinggi	29	36.3	36.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Produk Polygon

a. MTB Full Suspension



MODEL NAME	HERON 24
MODEL CATEGORY	DUAL SUSPENSION - SHIMANO TOURNEY 21SP
COLOR	BLUE – WHITE
FRAME	ALUTECH SUSP. FRAME
FORK	ZOOM BRAVO
REAR SHOCK	KIND SHOCK
HANDLEBAR	STEEL
STEM	STEEL
BAR END	-
HEADSET	POLYGON
SADDLE	POLYGON
SEATPOST	STEEL
CRANKSET	SR SUNTOUR XCC 42Tx34Tx24T
BOTTOM BRACKET	BALL RETAINER
CHAIN	KMC Z50
CASSETTE SPROCKET	SHIMANO TOURNEY 7SP 14-28T
SHIFTING LEVER	SHIMANO TOURNEY - REVO

	SHIFTER
BRAKE LEVER	TEKTRO
FRONT DERAILLEUR	SHIMANO TOURNEY
REAR DERAILLEUR	SHIMANO TOURNEY
FRONT BRAKE	ZOOM MECHANICAL DISC BRAKE
REAR BRAKE	ZOOM MECHANICAL DISC BRAKE
ROTOR	ZOOM - 160MM
PEDAL	PLASTIC
TYRE	24" X 2.10"
RIM	ALLOY SINGLE WALL
SPOKES	STEEL
FRONT HUB	ALLOY 36H
REAR HUB	ALLOY 36H
WHEEL SET	-

b. Road



MODEL NAME	HELIOS A4.0
MODEL CATEGORY	ROAD RACE – 105 MIX 20SP
SIZE	46 / 48 / 50 / 52 / 54 / 56 / 58
COLOR	GREY – WHITE
FRAME	ALLOY ROAD FRAME – TAPPERED HEAD TUBE
FORK	CARBON AERO ROAD FORK TAPPERED STEERER FULL CARBON

REAR SHOCK	-
HANDLEBAR	ENTITY EXPERT LEADTEC LCH-6087
STEM	ENTITY EXPERT LEADTEC LCS-7184
HEADSET	FSA ORBIT C-33 NO.44/E
SADDLE	VELO CR-MO RAIL
SEATPOST	ENTITY EXPERT ALLOY
CRANKSET	SHIMANO TIAGRA FC-4600 52X39T
PEDAL	-
BOTTOM BRACKET	INCLUDE WITH CHAINWHEEL
CHAIN	SHIMANO TIAGRA CN-4601
CASSETTE SPROCKET	SHIMANO TIAGRA CS-4600 11-25T
FRONT DERAILLEUR	SHIMANO TIAGRA FD-4600
REAR DERAILLEUR	SHIMANO 105 RD-5701
SHIFTING LEVER	SHIMANO TIAGRA ST-4600
BRAKE LEVER	INTEGRATED BRAKE LEVER
FRONT BRAKE	SHIMANO BR-4600
REAR BRAKE	SHIMANO BR-4600
ROTOR	-
TYRE	SCHWALBE DURANO S (F) SCHWALBE SV20 EXTRA LIGHT (R)
RIM	-
SPOKES	-
FRONT HUB	-
REAR HUB	-
WHEELSET	SHIMANO COMPLETE WHEEL WH R-501

c. Bmx



MODEL NAME	FREEZER 2.0
TYPE	FREESTYLE
COLOR	BLACK MATTE
FRAME	HI-TEN FREESTYLE RAMP/STREET/DIRT FRAME
FORK	HI-TEN BMX FORK
FRAME SUSPENSION	N/A
HANDLEBAR	STEEL
STEM	ALLOY
HEADSET	STEEL
SADDLE	POLYGON
SEATPOST	STEEL
CRANKSET	PROWHEEL 3PC-CR-MO CRANK
BOTTOM BRACKET	BALL RETAINER
CHAIN	KMC C410
CHAIN GUIDE/CHAIN COVER	N/A
CASSETTE SPROCKET	16T
SHIFTING LEVER	N/A
BRAKE LEVER	PROMAX
FRONT DERAILLEUR	N/A
REAR DERAILLEUR	N/A
FRONT BRAKE	TEKTRO ALLOY U-BRAKE
REAR BRAKE	TEKTRO ALLOY U-BRAKE
DISC BRAKE ROTOR	N/A
PEDAL	PLASTIC
TYRE	20" x 2.125"
RIM	ALLOY
SPOKE	STEEL
FRONT HUB	STEEL 32H
REAR HUB	STEEL 36H
WHEEL SET	N/A

d. Kids



MODEL NAME	CLEO 20
MODEL CATEGORY	MTB 24" ALUTECH 24 SP
SIZE	20"
COLOR	BLUE
FRAME	ALUTECH FRAME
FORK	ZOOM BRAVO 50MM TRAVEL
REAR SHOCK	NIL
HANDLEBAR	STEEL
STEM	STEEL
HEADSET	POLYGON
SADDLE	POLYGON
SEATPOST	STEEL
CRANKSET	LASCO, 152MM 42/34/24T
PEDAL	PLASTIC
BOTTOM BRACKET	BALL RETAINER
CHAIN	KMC Z-33
CASSETTE SPROCKET	SHIMANO TOURNEY 6SP 14-28T
FRONT DERAILLEUR	SHIMANO TOURNEY TZ-30
REAR DERAILLEUR	SHIMANO TOURNEY TY-21
SHIFTING LEVER	SHIMANO TOURNEY REVOSHIFTER
BRAKE LEVER	TEKTRO
FRONT BRAKE	ALLOY V-BRAKE
REAR BRAKE	ALLOY V-BRAKE

ROTOR	NIL
TYRE	24"X1.95"
RIM	ALLOY SINGLE WALL
SPOKES	STEEL
FRONT HUB	ALLOY 36H
REAR HUB	ALLOY 36H
WHEELSET	NIL



LAMPIRAN 7

Hasil Uji Regresi Hipotesis Model

[illegible]

LAMPIRAN 6

Frequency Table

Promosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	21	26.3	26.3	26.3
	Sedang	25	31.3	31.3	57.5
	Tinggi	34	42.5	42.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Kebutuhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	37	46.3	46.3	46.3
	Sedang	28	35.0	35.0	81.3
	Tinggi	15	18.8	18.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Keterlibatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	13	16.3	16.3	16.3
	Sedang	23	28.8	28.8	45.0
	Tinggi	44	55.0	55.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Keputusan membeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	76	95.0	95.0	95.0
	Sedang	1	1.3	1.3	96.3
	Tinggi	3	3.8	3.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pengalaman 1	6.4125	9.612	.724	.896
Pengalaman 2	6.3750	9.275	.751	.893
Pengalaman 3	6.2625	9.057	.825	.882
Pengalaman 4	6.4125	9.309	.806	.885
Pengalaman 5	6.3375	9.264	.721	.898
Pengalaman 6	6.5750	9.842	.667	.904

LAMPIRAN 4

Saya selaku peneliti dalam skripsi ini :

Nama : Irma Vidya Sari

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UAJY

Jurusan : Komunikasi

Memohon untuk menjadi responden dalam penelitian skripsi ini. Judul skripsi ini adalah :

Pengaruh Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat *Brand Image* sepeda pada Komunitas Gowes (*Path Analysis* pada pengaruh faktor-faktor hubungan tingkat kebutuhan, persepsi, tingkat keterlibatan, keputusan membeli, pengalaman menggunakan produk, dan tingkat *brand image* sepeda polygon pada komunitas gowes Yogyakarta)

Skripsi ini digunakan peneliti sebagai salah satu syarat kelulusan S1. Maka dari itu, peneliti meminta kesedian waktu anda dalam mengisi kuesioner ini. Jawaban yang anda berikan akan menjadi data dalam penelitian yang saya lakukan, dan hanya semata-mata digunakan untuk penelitian, bukan untuk keperluan diluar skripsi ini. Peneliti akan menjamin kerahasiaan jawaban yang sudah anda berikan.

Sebelumnya peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas kerjasamanya karena ketersediaan waktu yang anda berikan.

Irma Vidya Sari

.....

Petunjuk pengisian :

- Bacalah setiap pernyataan dengan teliti dan seksama

A. Identitas responden

1. Pernakah anda mengikuti *event funbike* yang diadakan oleh Polygon?

- Pernah
- Belum pernah

Jika pernah mengikuti *event funbike* yang dilakukan Polygon lanjutkan kuesioner dibawah ini.

2. Usia.....

3. Pekerjaan

- Pelajar / mahasiswa
- Wiraswasta
- Pegawai Negeri / Swasta
- Lainnya.....

B. Pernyataan

- Jawablah pernyataan berikut dengan memberikan tanda centang (✓) pada setiap jawaban pilihan anda

Pernyataan tingkat kebutuhan

No	Pernyataan	Ya	Tidak
	Atribut		
1	Anda membutuhkan sepeda sebagai alat transportasi sehari-hari		

2	Anda membutuhkan sepeda Polygon hanya untuk kegiatan olahraga		
3	Anda mempunyai sepeda Polygon hanya untuk masuk komunitas		
4	Anda mempunyai sepeda Polygon hanya untuk menyalurkan hobi		

Pernyataan tingkat keterlibatan

No	Pernyataan	Ya	Tidak
	Atribut		
1	Informasi yang menjadi pertimbangan saat akan membeli sepeda adalah harga		
2	Informasi yang menjadi pertimbangan saat akan membeli sepeda adalah desain		
3	Informasi yang menjadi pertimbangan saat akan membeli sepeda adalah fasilitas sepeda		
4	Informasi yang menjadi pertimbangan saat akan membeli sepeda adalah warna sepeda		

5	Informasi yang menjadi pertimbangan saat akan membeli sepeda adalah bahan		
6	Membandingkan informasi yang dicari dengan keinginan dan kebutuhan		
7	Mencari informasi mengenai sepeda Polygon		
8	Membandingkan sepeda Polygon dengan merek sepeda lainnya		
9	Mencari informasi mengenai Polygon melalui <i>event</i>		
10	Mencari informasi mengenai Polygon dari artikel media cetak		
11	Mencari informasi Polygon dari media cetak		
12	Mencari informasi Polygon dari outlet Rodalink		
13	Mencari informasi Polygon dari lainnya (selain yang sudah disebutkan)		

Keputusan membeli produk Polygon

No	Pernyataan	Ya	Tidak
	Atribut		

1	Jenis Sepeda Polygon apa yang anda beli : a.road b.mtb c.bmx d.urban e.kids		
---	--	--	--

Pengalaman menggunakan produk

No	Pernyataan	setuju	Biasa saja	Tidak setuju
1	Bentuk sepeda nyaman digunakan			
2	Onderdil tersedia disetiap outlet rodalink			
3	Frame kuat dan ringan			
4	Pengendaraan sepeda sangat nyaman			
5	Operasional sepeda sangat mudah			
6	Desain Polygon lebih bagus dari sepeda lainnya			

Tingkat Brand Image

- Jawablah pernyataan berikut dengan memberikan tanda silang (×) pada setiap jawaban pilihan anda

1. Polygon merupakan produk sepeda lokal Indonesia yang berhasil *go* internasional ?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Merek Polygon mudah diingat?
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Tagline Polygon menguatkan merek Polygon dibenak anda ?
 - a. Ya
 - b. Tidak
4. Apakah anda merekomendasikan orang lain untuk membeli sepeda Polygon?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Promosi

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Tagline Polygon mengangkat tema <i>Go Green</i>		
2	Anda selalu mengikuti <i>event</i> promosi yang dilakukan Polygon		
3	Apakah dalam <i>event</i> promosi pesan yang disampaikan tersampaikan		
4	Anda pernah melihat iklan Polygon		

Resp	1				2				3				4				Keterlibatan													Keputusan Membeli				Pengalaman						Brand Image			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4							
1	1	0	1	1	3	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	9	0	1	0	0	1	2	2	2	2	2	1	11	1	1	1	1	4	
2	1	0	1	1	3	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	1	1	1	1	4	2	2	2	2	2	2	11	1	1	1	1	4		
3	0	0	0	1	1	1	0	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	10	1	0	0	0	1	2	1	2	1	2	1	9	1	1	1	1	4		
4	1	0	1	1	3	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	10	1	0	0	0	1	2	2	2	2	2	1	11	1	1	1	1	4		
5	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	10	1	0	0	0	1	2	2	2	2	2	1	11	1	1	1	1	4		
6	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	10	1	0	0	0	1	2	2	2	2	2	1	10	1	1	1	1	4		
7	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	7	1	0	0	0	1	2	2	2	2	1	1	10	1	1	0	1	3		
8	0	1	1	1	3	1	0	1	1	3	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	8	0	1	0	0	1	2	1	2	2	2	1	1	10	1	1	0	1	3	
9	1	0	0	1	2	1	0	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	0	0	0	1	1	2	1	2	2	2	2	11	0	1	1	1	3	
10	1	0	0	1	2	0	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	1	1	1	1	4	1	1	2	1	2	2	2	10	1	1	1	1	4	
11	1	0	1	1	3	0	0	1	1	2	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	10	1	0	0	0	1	1	2	2	2	2	1	8	1	1	1	1	4		
12	0	0	0	1	1	0	1	0	1	2	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	11	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	4	1	0	0	0	1	
13	1	0	1	1	3	0	1	0	1	2	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	9	1	0	0	0	1	2	1	2	1	2	1	9	1	1	0	1	4		
14	1	0	1	1	3	0	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	11	1	0	0	0	1	2	2	2	2	2	1	9	1	1	0	1	3	
15	1	0	1	1	3	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	11	0	1	0	0	1	2	2	2	2	2	2	12	1	1	1	1	4	
16	1	0	1	0	2	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	6	1	0	0	0	1	2	2	2	2	2	1	9	1	1	1	1	4		
17	1	1	1	1	4	0	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	6	1	0	0	0	1	2	2	2	2	2	12	1	1	1	1	4		
18	1	1	0	1	3	1	1	0	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	11	1	0	0	0	1	1	1	2	1	1	9	1	1	1	0	3			
19	1	0	1	1	3	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	1	0	0	1	2	2	2	2	2	2	6	1	1	1	1	4			
20	1	0	1	1	3	0	1	0	1	2	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	6	0	0	1	0	1	1	2	2	2	2	2	12	1	1	1	1	4	
21	0	0	1	1	2	1	1	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	9	0	0	0	1	1	1	2	2	2	2	2	9	1	1	1	1	4		
22	1	1	0	1	3	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	11	0	0	1	0	1	2	2	2	2	2	1	10	1	1	1	1	4		
23	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	8	0	0	1	0	1	1	1	2	1	2	1	11	0	1	1	0	2		
24	1	0	0	1	2	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	10	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	8	0	1	1	0	2			
25	1	0	0	1	2	0	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	11	0	1	0	0	1	1	1	1	1	2	7	0	1	1	0	2		
26	1	0	0	1	2	0	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	11	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	7	1	1	0	0	2		
27	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	1	7	1	1	0	0	2		
28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
29	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
30	1	0	0	1	2	1	1	0	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
31	1	1	1	1	4	1	1	0	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	11	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	7	1	1	0	0	2		
32	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
33	1	0	1	1	3	1	1	0	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	1	1	1	1	4		
34	0	1	1	1	3	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	11	0	1	0	0	1	2	1	2	1	2	10	0	0	1	0	0		
35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	7	1	0	1	0	1			
36	1	1	0	1	3	1	1	0	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
37	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
38	1	1	1	1	4	1	1	0	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0																							

No Resp	Promosi					Kebutuhan					Keterlibatan													Keputusan Membeli					Pengalaman							Brand Image					
	1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4		1	2	3	4	5	6		1	2	3	4		
48	0	1	0	1	2	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	11	0	0	1	0	1	1	2	2	1	2	2	10	1	1	1	1	4
49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
50	0	1	0	1	2	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	9	0	1	0	0	1	2	1	2	2	2	1	10	1	0	1	1	3
51	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	6	0	0	0	1	1	2	1	2	2	2	1	10	0	0	1	0	1
52	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
53	1	0	1	0	2	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	7	0	0	0	1	1	1	2	2	2	2	1	10	0	1	0	0	1
54	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
55	0	0	0	1	1	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	11	0	0	0	1	1	1	2	2	2	2	2	11	1	1	0	0	2
56	1	0	1	1	3	0	1	0	1	2	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	9	0	0	1	0	1	1	2	2	2	2	2	11	1	1	0	0	2
57	1	0	1	1	3	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	7	0	1	0	0	1	1	1	1	1	2	8	1	1	1	0	3	
58	1	0	1	1	3	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	8	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	7	0	1	1	0	2	
59	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	7	0	1	0	0	1	2	1	1	2	2	1	9	0	0	1	0	1
60	1	1	1	1	4	1	1	0	0	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	9	0	1	0	0	1	2	1	2	1	1	8	1	1	0	0	2		
61	1	1	0	1	3	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	9	0	1	0	0	1	1	1	2	2	0	1	7	1	1	1	1	4
62	1	0	0	1	2	0	1	1	0	2	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	11	0	1	0	0	1	1	2	2	2	2	2	9	1	1	1	1	4	
63	1	1	0	1	3	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	11	0	1	0	0	1	1	2	2	2	2	0	9	1	1	1	1	4
64	0	1	1	1	3	0	1	0	1	2	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	9	1	0	0	0	1	1	1	1	1	2	1	7	1	1	1	1	4	
65	1	0	1	0	2	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	6	1	0	0	0	1	1	2	2	2	2	2	11	1	1	1	0	3	
66	1	0	1	1	3	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	6	1	0	0	0	1	2	2	2	2	2	12	1	1	1	1	4		
67	1	0	0	1	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	8	1	0	0	0	1	2	2	1	2	2	1	9	1	1	0	1	3	
68	1	1	1	1	4	1	1	0	0	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	9	1	0	0	0	1	2	2	1	2	1	9	1	1	0	1	3		
69	1	1	0	1	3	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	9	0	1	0	0	1	2	1	2	2	1	9	0	1	1	1	3	
70	1	0	0	1	2	0	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	10	1	0	0	0	1	2	2	2	2	1	2	11	1	1	1	0	3
71	1	0	0	1	2	0	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	11	1	0	0	0	1	2	1	2	2	2	10	1	1	1	0	3	
72	0	0	0	1	1	0	1	0	1	2	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	8	1	0	0	0	1	1	2	2	2	1	1	9	1	1	1	0	3	
73	1	1	1	1	4	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	7	0	0	0	1	1	2	2	2	2	0	1	9	1	1	1	0	3	
74	1	1	1	0	3	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	8	1	0	0	0	1	1	1	2	2	1	8	1	1	1	0	3	
75	1	0	1	1	3	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	8	1	0	0	0	1	1	1	2	2	2	9	1	1	1	0	3	
76	1	0	0	1	2	1	1	1	0	3	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	9	0	1	0	0	1	2	2	2	2	1	10	0	1	1	1	3		
77	1	1	1	1	4	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	8	1	0	0	0	1	1	2	1	1	2	1	8	1	1	1	1	4	
78	0	1	0	1	2	0	1	0	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	8	1	0	0	0	1	1	2	1	1	2	1	8	1	1	1	0	3	
79	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	6	1	0	0	0	1	1	1	1	2	1	2	8	1	0	1	0	2
80	1	0	0	1	2	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	3	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	4	0	0	0	1	1