

BAB III

PENUTUP

Penelitian ini menguji pengaruh tingkat ketertarikan *brand placement* slogan Yamaha “Semakin di Depan” pada MotoGP 2013 dan tingkat pengetahuan tentang tim Yamaha terhadap citra merek Yamaha di kalangan anggota klub motor Yamaha Vixion Indonesia *Chapter* Yogyakarta. Berdasarkan uraian bab I dan bab II ini akan ditarik kesimpulan dan juga saran yang berhubungan dengan penelitian ini.

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat ketertarikan pada *brand placement* slogan “Semakin di Depan” dan variabel tingkat pengetahuan tentang tim Yamaha pada MotoGP 2013 secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel citra merek Yamaha. Pengaruh kedua variabel tersebut sebesar 0,636 termasuk dalam kategori kuat. Kedua variabel tersebut hanya memberikan pengaruh sebesar 38,2% terhadap terbentuknya variabel citra merek.

Namun ketika diuji secara terpisah variabel tingkat ketertarikan pada *Brand Placement* slogan Yamaha “Semakin di Depan” memiliki pengaruh lebih besar ($R : 0,489$) dari pada variabel tingkat pengetahuan tentang Tim Yamaha pada MotoGP 2013 ($R : 0,321$) dalam mempengaruhi variabel citra merek Yamaha. Maka dapat dikatakan tingkat ketertarikan pada *Brand Placement* slogan Yamaha “Semakin di Depan” lebih besar dalam mempengaruhi citra merek Yamaha.

B. Saran

1. Saran Akademis

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, bagi penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang serupa, sebaiknya menggunakan variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Karena dua variabel bebas yang dipakai dalam penelitian ini hanya sebesar 38,2% saja dalam mempengaruhi terbentuknya variabel citra merek.

2. Saran Praktis

Menurut hasil penelitian ini bahwa tingkat ketertarikan dan tingkat pengetahuan secara bersama-sama mempengaruhi citra merek, namun tingkat ketertarikan lebih besar mempengaruhi citra merek Yamaha. Maka peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk mempertahankan penempatan slogannya di MotoGP.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Harrison, Shierly. 1995. *PR: An Introduction*. Rootledge London and New York: Thomson.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relation*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Keller, Kevin Lane. 1998. *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Cetakan Kedua. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Masyhuri, dan Zainuddin. 2008. *Metodologi Penelitian – Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Narbuko. C, dan Achmadi. A. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Cetakan Pertama. Jakarta: Penerbit Pustaka LP3ES Indonesia.
- Susanto, AB dan Himawan Wijanarko. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen.
- Wirya, Iwan. 1999. *Kemasan yang Menjual*. Jakarta: PT. Gramedia Utama Pustaka.

Sumber Jurnal

- Avery Rosemary J and Rosellina Ferraro., “*Verisimilitude or Advertising? Brand Apperances on Prime Time Television*”, *Journal of Consumer Affairs*, 34 (2), 217-244, 2000.
- Homer, Pamela Miles, *Product Placement, The Impact of Placement Type and Repetition on Attitude*, *Journal of Advertising*, Vol.38, 21-31. 2009

Sumber Internet

Kamus besar bahasa Indonesia (diakses 2 Oktober 2011):
<http://pusatbahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/index.php>

Makna Semakin di Depan, Setiap Hari Harus Lebih Baik (diakses 3 November 2013):
<http://www.yamaha-motor.co.id/news/content/read/makna-semakin-di-depan-setiap-hari-harus-lebih-baik/>

MotoGP (diakses 3 November 2013):
<http://www.motogp.com/en/MotoGP+Basics/history>

Pembalap Moto GP jadi Idola di Indonesia (diakses 2 Oktober 2013) Pembalap Moto GP jadi Idola di Indonesia:
<http://otomotif.kompas.com/read/2010/11/03/10213065/.One.Heart.Ramai.kan.MotoGP.2011>

Penjualan sepeda motor januari – juni 2013 (diakses 2 Oktober 2013) Honda Merajai Pasar Sepeda Motor :
<http://www.bisnis.com/m/honda-merajai-pasar-sepeda-motor-bukukan-penjualan-236-juta-unit>

Sejarah motor (diakses 2 Oktober 2011) Sejarah Sepeda Motor di Indonesia :
<http://umum.kompasiana.com/2008/10/12/sejarah-sepeda-motor-di-indonesia-835.html>

Sponsor Semakin di Depan (diakses 3 November 2013):
http://www.yamaha-racing.com/Racing/motogp/rider_team/yfr_sponsor.jsp

Sumber Lain

ADART Yamaha Vixion Club Indonesia (.pdf)

PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (.pptx)

Lampiran 1

Dengan hormat,

Saya selaku mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, sedang melakukan penelitian dengan topik penelitian “Pengaruh Tingkat Ketertarikan *Brand Placement* Slogan Yamaha dan Tingkat Pengetahuan Tim Yamaha Terhadap Citra Merek (Studi Eksplanatif pada Atribut Tim Yamaha dalam MotoGP 2013 di Kalangan Anggota Klub Motor Yamaha Vixion Club Indonesia *Chapter* Yogyakarta)”. Sehubungan dengan penelitian tersebut, dengan hormat saya meminta bantuan Bapak/Ibu/Saudara/Saudara untuk membantu saya dengan mengisi kuesioner yang saya berikan. Data yang diberikan akan saya jamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk Pengisian Angket

1. Bacalah sejumlah pertanyaan ini dengan teliti.
2. Anda dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan Anda secara objektif dengan member tanda (X) atau centang pada salah satu kriteria untuk setiap pertanyaan yang menurut Anda paling tepat.
3. Dimohon dalam memberikan penilaian tidak ada pertanyaan yang terlewatkan.

Anda dapat menjawab pertanyaan di bawah ini dengan cara mencentang pada salah satu kotak jawaban. Keterangan yang tersedia adalah SM = Sangat Menarik, M = Menarik, C = Cukup, TM = Tidak Menarik, STM = Sangat Tidak Menarik.

Tingkat Ketertarikan pada Penempatan Slogan “Yamaha Semakin di Depan”

No.	Pertanyaan	SM	M	C	TM	STM
1	Penempatan slogan Yamaha “Semakin di Depan” pada sepeda motor Tim Yamaha Factory Racing.					
2	Penempatan slogan Yamaha “Semakin di Depan” pada baju balap Tim					

	Yamaha Factory Racing.					
3	Tampilan warna tulisan “Semakin di Depan”					
4	Tampilan jenis tulisan atau <i>font</i> yang digunakan slogan Yamaha “Semakin di Depan”.					
5	Peran Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dalam memberikan dukungan pada tim Yamaha Factory Racing.					

Anda dapat menjawab pertanyaan di bawah ini dengan cara menyilang (X) pada salah satu jawaban yang tersedia.

Tingkat Pengetahuan tentang Tim Yamaha Factory Racing pada MotoGP 2013

6. Tim Yamaha Factory Racing merupakan peserta MotoGP 2013.

- a. Benar
- b. Salah

7. Jorge Lorenzo dan Valentino Rossi adalah pembalap dari tim Yamaha Factory Racing.

- a. Benar
- b. Salah

8. Jorge Lorenzo merupakan pembalap peringkat dua pada klasemen akhir MotoGP musim 2013.

- a. Benar
- b. Salah

9. Terdiri dari 18 seri balapan dalam satu musim kejuaraan balap motor MotoGP 2013.

- a. Benar
- b. Salah

10. Siaran langsung MotoGP 2013 di Indonesia disiarkan oleh TV nasional Trans7.

a. Benar

b. Salah

Anda dapat menjawab pertanyaan di bawah ini dengan cara mencentang pada salah satu kotak jawaban. Keterangan yang tersedia adalah SS = Sangat Setuju, S = Setuju, R = Ragu-ragu, TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju.

Penilaian Responden mengenai Citra Yamaha

No.	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
<i>Personality</i>						
11	Tim Yamaha Factory Racing memberikan prestasi memuaskan pada MotoGP 2013					
12	Tim Yamaha Factory Racing memberikan rasa bangga kepada penggemarnya di Indonesia					
13	Tim Yamaha Factory Racing memberikan perhatian kepada para penggemarnya di Indonesia					
<i>Reputation</i>						
14	Sepeda motor merek Yamaha memiliki kecepatan tinggi di kelasnya.					
15	Sepeda motor merek Yamaha irit bahan bakar					
16	Sepeda motor merek Yamaha selalu berinovasi					
17	Sepeda motor merek Yamaha awet dan mudah dirawat					
<i>Value</i>						
18	Yamaha memberikan pelayanan yang baik dalam penjualan sepeda motornya					
19	Yamaha memberikan pelayanan penjualan suku cadang dan perawatan sepeda motor yang baik					
20	Yamaha menjalin hubungan baik dengan pelanggan					
<i>Corporate Identity</i>						
21	Ketika anda melihat dominasi warna biru tua pada atribut tim Yamaha Factory Racing teringat dengan merek Yamaha di Indonesia					

22	Ketika menyaksikan aksi pembalap tim Yamaha Factory Racing saya ingat dengan prestasi Yamaha					
23	Setiap melihat slogan “Semakin di Depan” saya langsung teringat dengan Yamaha di Indonesia					

Periksa Kembali, Pastikan Semua Jawaban Terisi



UJI VALIDITAS VARIABEL KETERTARIKAN

Correlations		Total Ketertarikan
ketertarikan_01	Pearson Correlation	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
ketertarikan_02	Pearson Correlation	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
ketertarikan_03	Pearson Correlation	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
ketertarikan_04	Pearson Correlation	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
ketertarikan_05	Pearson Correlation	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55

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

UJI VALIDITAS VARIABEL PENGETAHUAN

Correlations

		Total Pengetahuan
pengetahuan_06	Pearson Correlation	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
pengetahuan_07	Pearson Correlation	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
pengetahuan_08	Pearson Correlation	.537**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
pengetahuan_09	Pearson Correlation	.978**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
pengetahuan_10	Pearson Correlation	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55

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

UJI VALIDITAS VARIABEL CITRA

Correlations

	Total Cita Merek	
citra_11	Pearson Correlation	.510**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
citra_12	Pearson Correlation	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
citra_13	Pearson Correlation	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
citra_14	Pearson Correlation	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
citra_15	Pearson Correlation	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
citra_16	Pearson Correlation	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
citra_17	Pearson Correlation	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55

	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
citra_18	Pearson Correlation	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
citra_19	Pearson Correlation	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
citra_20	Pearson Correlation	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55

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

UJI VALIDITAS VARIABEL CITRA

Correlations

		Total Cita Merek
citra_21	Pearson Correlation	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55
citra_22	Pearson Correlation	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55

citra_23	Pearson Correlation	.473**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	55

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



UJI RELIABILITAS VARIABEL KETERTARIKAN

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	55	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	5

UJI RELIABILITAS VARIABEL PENGETAHUAN

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

		N	%
Cases	Valid	55	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	55	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.734	5

UJI RELIABILITAS VARIABEL CITRA

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	55	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	13

Lampiran 4

DATA

	Total Ketertarikan	Total Pengetahuan	Total Cita Merek
1	15	5	43
2	20	5	61
3	17	5	52
4	18	5	45
5	18	5	40
6	19	5	60
7	23	5	52
8	21	5	52
9	20	5	63
10	22	5	64
11	19	2	56
12	20	5	56
13	24	5	63
14	20	5	52
15	20	5	48
16	21	5	53
17	21	5	62
18	18	5	55
19	22	5	62
20	25	3	49
21	20	5	52
22	25	5	58
23	23	3	45
24	24	5	63
25	23	5	63
26	20	5	55

27	22	5	59
28	21	5	52
29	25	5	65
30	25	5	57
31	23	5	60
32	22	5	54
33	21	5	65
34	19	5	55
35	23	5	59
36	22	5	62
37	22	5	60
38	21	5	61
39	20	5	59
40	23	5	65
41	20	5	56
42	23	5	65
43	25	5	60
44	20	5	52
45	22	5	53
46	22	5	58
47	15	2	40
48	21	5	63
49	20	5	58
50	19	3	48
51	23	5	52
52	25	5	65
53	21	5	56
54	20	5	58
55	20	5	54

veritatis

Statistics

		Total Ketertarikan	Total Pengetahuan	Total Cita Merek
N	Valid	55	55	55
	Missing	0	0	0
Mean		21.15	4.78	56.27
Median		21.00	5.00	57.00
Mode		20	5	52
Std. Deviation		2.345	.712	6.430
Variance		5.497	.507	41.350
Minimum		15	2	40
Maximum		25	5	65
Sum		1163	263	3095

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total Pengetahuan, Total Ketertarikan	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Total Cita Merek

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.636 ^a	.405	.382	5.057

a. Predictors: (Constant), Total Pengetahuan, Total Ketertarikan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	903.298	2	451.649	17.664	.000 ^a
	Residual	1329.611	52	25.569		
	Total	2232.909	54			

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	903.298	2	451.649	17.664	.000 ^a
	Residual	1329.611	52	25.569		
	Total	2232.909	54			

a. Predictors: (Constant), Total Pengetahuan, Total Ketertarikan

b. Dependent Variable: Total Cita Merek

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.021	7.142		1.963	.055
Total Ketertarikan	1.342	.299	.489	4.483	.000
Total Pengetahuan	2.902	.986	.321	2.944	.005

a. Dependent Variable: Total Cita Merek