

**PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP SEPEDA MOTOR HONDA DAN YAMAHA  
DIKALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PGRI  
PALEMBANG**

**SKRIPSI**



**NAMA : FIKA ANGERINA**

**NIM : 21 2013 389**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2017**

**PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP SEPEDA MOTOR HONDA DAN YAMAHA  
DIKALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PGRI  
PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**NAMA : FIKA ANGGERINA**

**NIM : 21 2013 389**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2017**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fika Anggerina

NIM : 21 2013 389

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan segala konsekuensinya.

Palembang, 10 Januari 2017

Penulis



(Fika Anggerina)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP SEPEDA  
MOTOR HONDA DAN YAMAHA DIKALANGAN MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PGRI PALEMBANG

Nama : Fika Anggerina

NIM : 21 2013 389

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal 10 Januari 2017

Pembimbing.



**TRISNIARTY ADJENG MOELYATI, S.E., M.M., DR**  
NIDN: 0019026101

Mengetahui,  
Dekan  
u.b. Ketua Program Studi Manajemen



**Hj. MAFTUHAH MURRAHMI, SE., M.Si**  
NIDN: 0216057001

## Motto dan Persembahan

### Motto :

- Berdo'a dan berusaha, apapun yang terjadi : hadapi, nikmati, dan syukuri. Karena hanya diri sendiri yang mampu menciptakan sebuah perubahan yang lebih baik.
- *"Siapa yang suka untuk dipanjangkan umur dan ditambahkan rizki, maka berbaktilah pada orang tua dan sambunglah tali silaturahmi (dengan kerabat)."*
- Sebab mengabadikan sebuah moment itu penting, karena tidak ada satu orang pun yang mampu untuk memutar waktu.

### Persembahan karya ini untuk :

- Kedua orang tuaku tercinta, Ayah (Faisol Umar) dan Ibu (Siti Hajir)
- Saudara kandung ku tercinta, kiyai (Fiki Danovan) dan Adek (Fiko Sahrio)
- keluarga besar ku tercinta
- Seseorang yang akan membentuk keluarga ku kelak
- Sahabat – sahabat dan teman - teman ku tercinta
- Alamamater ku tercinta



## PRAKATA

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Alhamdulillahirobbil'alamiin, segala puji bagi ALLAH SWT. Atas segala macam bentuk rahmat dan hidayah-NYA hingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir dalam menempuh program strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ini, yaitu penulisan skripsi yang berjudul Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Sepeda Motor Honda dan Yamaha Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang tepat pada waktu yang telah direncanakan.

Dalam penyusunan skripsi penulis banyak mengucapkan terimakasih kepada ibundaku tercinta Siti Hajir dan ayahandaku tercinta Faisol Umar, kiayku tercinta Fiki Danovan dan adindaku tercinta Fiko Sahrrio. Dimana mereka sangat berjasa dalam mendidik, membiayai, mendo'akan, dan memberi dorongan agar tetap bersemangat dalam menyelesaikan studi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa izin, bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Penulis juga mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Abid Djazuli, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Fauzi Ridwan, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Ibu Trisniarty Adjeng Moelyati S.E., M.M, DR. selaku Pembimbing skripsi.
6. Bapak DRS. H. Rosyadi S.E., M.M selaku Pembimbing Akademik.
7. Ibu Mismiwati Abdullah, S.E., M.P selaku dosen Metodologi Penelitian.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, dan Staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
9. Universitas PGRI Palembang yang telah memberikan izin untuk penelitian ini.
10. Sahabat-Sahabat ku tercinta (DELYFIDO) : Delima Warni, Linda Yani, Fika Anggerina, Dora Apriliza.
11. Sahabat-Sahabat KKN 209 Fam's ku tercinta : Ruri Ricardo, Renaldi Mansi, Leman, Rika Puspasari, Ratih Ramadhani, Meliawati, Winda Lestari, Umrah.
12. Sepupuku tercinta Novia Lorenza dan Seluruh Sepupu serta keluarga tercinta yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
13. Teman satu almamater Ari Wijaya, Sinta , Sofi, Anggi, Ayu , Monika, Yevi, Suci, Eva dan seluruh teman satu almamater lainnya. Teman ku Nurhadi, Seluruh

teman SD, SMP, SMA, serta seluruh teman-teman yang telah dipertemukan semasa hidup penulis dari teman kecil hingga saat nanti.

14. Keluarga besar UKM KSR PMI UMP, khususnya Angkatan XX Fam's
15. Keluarga baruku di desa Tanjung Atap Barat tempat penulis melaksanakan KKN. Kepala desa TAB Bpk. Zainal Abidin beserta Ibu, Ayundaku y'Luk, y'Tere, y'Ulik, y' Muti , The Chibi, The Warrior, Binter FC, dll.
16. Semua pihak yang telah banyak memberikan dan ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu tanpa terkecuali terima kasih banyak.

Semoga Allah SWT membalas budi baik yang telah diberikan kepada penulis. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan baik yang disengaja maupun tidak sengaja, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT, Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, Amiiiiin yarobbal'alamin.....

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Palembang, 10 Januari 2017

Penulis



FIKA ANGGERINA

## DAFTAR ISI

<b><u>BAGIAN AWAL</u></b>	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN PRAKATA .....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI .....	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL .....	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR .....	xii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
 <b><u>BAGIAN ISI</u></b>	
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
 <b>BAB II      KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Sebelumnya .....	8
B. Landasan Teori .....	10
C. Hipotesis .....	15

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Jenis Penelitian .....	16
	B. Lokasi Penelitian .....	17
	C. Operasionalisasi Variabel .....	18
	D. Populasi dan Sampel .....	19
	E. Data yang Diperlukan .....	22
	F. Metode Pengumpulan Data .....	23
	G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	24
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Hasil Penelitian .....	26
	B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	43
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	
	A. Simpulan .....	60
	B. Saran .....	61

**BAGIAN AKHIR**

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	Tanggapan Responden Terhadap Sepeda Motor Honda Dan Yamaha
Tabel III. 1	Variabel, Sub Variabel, Definisi, dan Indikator
Tabel III. 2	Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Berdasarkan Jurusan
Tabel III. 3	Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu
Tabel III. 4	Jumlah Sampel Mahasiswa Fakultas Ekonomi Berdasarkan Jurusan
Tabel IV. 1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin
Tabel IV. 2	Karakteristik responden berdasarkan program studi
Tabel IV. 3	Karakteristik responden berdasarkan merek sepeda motor
Tabel IV. 4	Sepeda motor Honda dan Yamaha pada indikator desain body
Tabel IV. 5	<i>Chi-Square Tests</i> indikator desain body
Tabel IV. 6	Sepeda motor Honda dan Yamaha pada indikator hemat bahan bakar
Tabel IV. 7	<i>Chi-Square Tests</i> indikator hemat bahan bakar
Tabel IV. 8	Sepeda motor Honda dan Yamaha pada indikator daya tahanan mesin
Tabel IV. 9	<i>Chi-Square Tests</i> indikator daya tahan mesin
Tabel IV. 10	Sepeda motor Honda dan Yamaha pada indikator suku cadang
Tabel IV. 11	<i>Chi-Square Tests</i> indikator suku cadang
Tabel IV. 12	Honda dan Yamaha pada indikator Kebanggaan terhadap Merk
Tabel IV. 13	<i>Chi-Square Tests</i> indikator Kebanggaan terhadap merk
Tabel IV.14	Merk Kendaraan * Kepuasan Konsumen <i>Crosstabulation</i>
Tabel IV.15	<i>Chi-Square Tests</i> kepuasan Honda dan Yamaha secara umum
Tabel IV. 16	Rangkuman hasil pengujian

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Data terbaru penjualan sepeda motor per kuartal di tahun 2016

Gambar II.1 Konsep kepuasan pelanggan

Gambar IV. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Gambar IV. 2 Karakteristik responden berdasarkan program studi

Gambar IV. 3 Karakteristik responden berdasarkan merek sepeda motor

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Hasil tabulasi kuesioner yang diberikan kepada 190 responden
- Lampiran 2 : Hasil analisis data menggunakan aplikasi SPSS versi 16
- Lampiran 3 : Kuesioner penelitian
- Lampiran 4 : Jadwal kegiatan penelitian
- Lampiran 5 : Surat pernyataan selesai melakukan penelitian dari lokasi penelitian
- Lampiran 6 : Fotocopy lembar persetujuan perbaikan skripsi
- Lampiran 7 : Fotocopy aktivitas bimbingan skripsi
- Lampiran 8 : Fotocopy sertifikat hafalan membaca surat-surat pendek Al-Qur'an
- Lampiran 9 : Fotocopy sertifikat TOEFL
- Lampiran 10 : Fotocopy sertifikat Kuliah Kerja Nyata (KKN)
- Lampiran 11 : Fotocopy sertifikat Komputer
- Lampiran 12 : Fotocopy surat keterangan *Abstract* dari lembaga bahasa
- Lampiran 13 : Biodata peneliti
- Lampiran 14 : Artikel

## ABSTRAK

**Fika Anggerina / 21 2013 389 / 2017 / Perbedaan kepuasan Konsumen Terhadap Sepeda Motor Honda dan Yamaha Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang / manajemen pemasaran.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor honda dan yamaha dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang ?. tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor honda dan yamaha dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian komparatif. Variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen dengan 5 sub variabel. Jumlah sampel sebanyak 190 responden merupakan mahasiswa fakultas ekonomi universitas PGRI Palembang yang pernah menggunakan sepeda motor Honda dan Yamaha. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang merupakan jawaban responden dari pernyataan yang diberikan. Teknik analisis yang digunakan adalah rumus *chi-kuadrat*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor honda dan yamaha dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang dengan nilai probabilitas Asymp. Sig-nya adalah  $0.087 < 0.10$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

**Kata kunci : Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACT**

***Fika Anggerina / 21 2013 389/ 2017 / The difference in customer satisfaction Against Honda and Yamaha motorcycle among the students of the Economic Faculty of University PGRI Palembang / marketing management.***

*The formulation of the problem in this research, are there any difference in customer satisfaction against between Honda and Yamaha motorcycle among the students of Economic Faculty of university PGRI Palembang? The goal in this research is to know the difference in customer satisfaction against between Honda and Yamaha motorcycle among the students of the Faculty of Economics University PGRI Palembang. This type of research using this type of comparative research. The variable in this study was consumer satisfaction with 5 sub variables. The number of samples as much as 190 respondents is a student of economic faculty of university PGRI Palembang ever used motorcycles Honda and Yamaha. The data used in this research is the primary data. Method of data collection in this research is the use of questionnaires which are the answers of respondents from the given statement. Analytical techniques used was chi-quadratic formula.*

*The results showed that the existence of differences of consumer satisfaction against honda and yamaha motorcycle among the students of the Faculty of Economics University PGRI Palembang with the highest probability of Asymp. His SIG is  $0.087 < 0.10$ , then  $H_1$  and  $H_0$  accepted and rejected.*

***Keyword : customer satisfaction***

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia, perusahaan-perusahaan saat ini sedang menghadapi persaingan yang sangat ketat. Untuk dapat memenangkan peran perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan, bukan hanya terfokus pada produk jasa saja, perusahaan berusaha melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan mempertimbangkan aspek orang sebagai objek yang perlu di perhatikan keinginannya. Sehingga perusahaan akan mempertimbangkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan yang harus dicapai, dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik, sehingga konsumen merasa puas terhadap produk yang mereka rasakan.

Fenomena persaingan yang ada dalam era globalisasi akan semakin mengarahkan sistem perekonomian Indonesia ke mekanisme pasar yang memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut *market share*. Untuk menunjang terwujudnya tujuan dan sasaran tersebut, perlu adanya peran pemasaran, karena peranan pemasaran dalam suatu perusahaan sangat berpengaruh dalam kegiatan operasional suatu perusahaan.

Beberapa pendapat mengenai definisi kepuasan konsumen, diantaranya (Tjiptono,2008:24) Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakan setelah pemakaian.

Kepuasan konsumen sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian menyangkut kinerja produk relatif bagus atau tidak, dan apakah produk yang bersangkutan memiliki kecocokan dengan tujuan atau pemakaiannya (Tjiptono,2008:127).

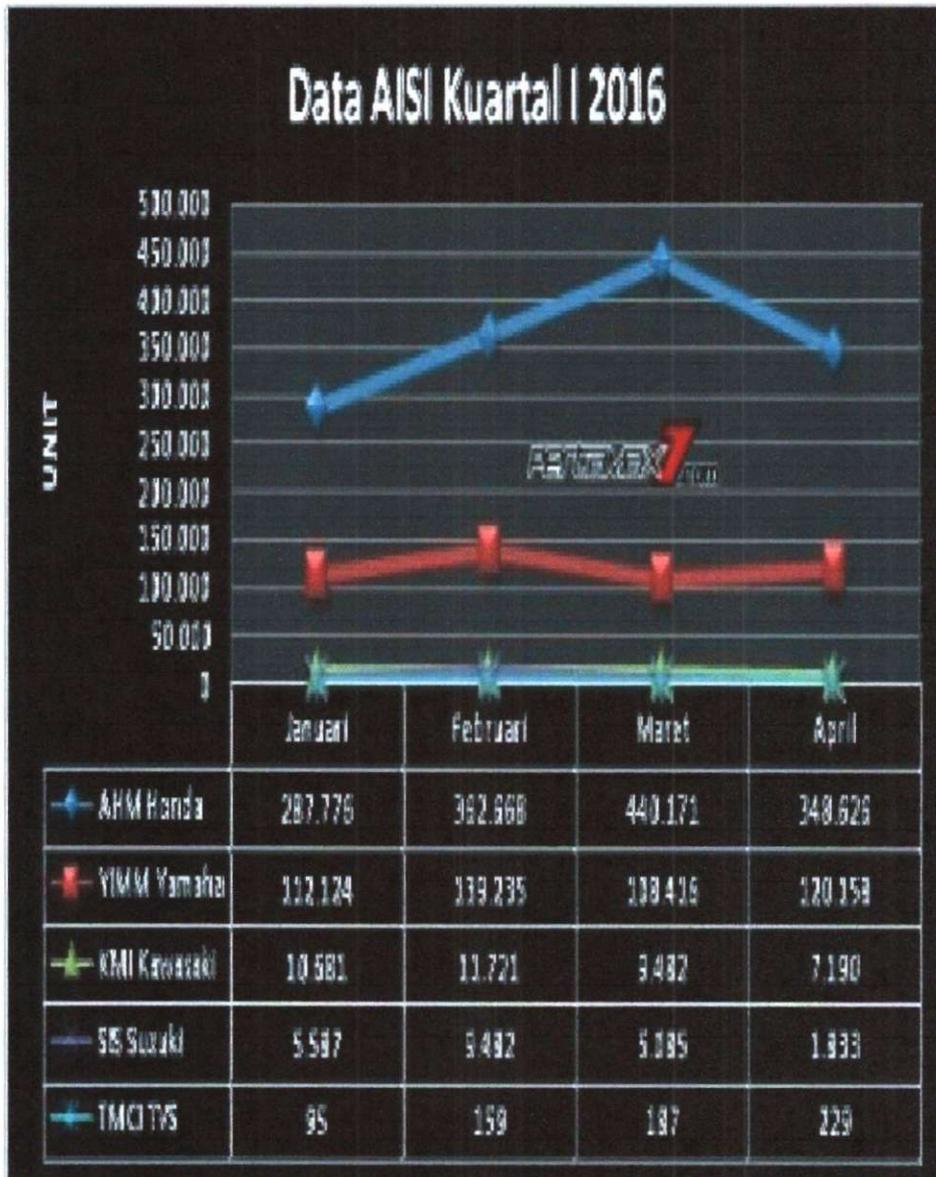
Pasar otomotif termasuk salah satu pasar yang berkepentingan dengan kepuasan pelanggan. Industri otomotif sangat pesat tumbuh menjadi daya tarik yang hebat, karena produsen otomotif bersaing mengeluarkan produk yang berkualitas, terjangkau, serta desain produk yang menarik. Industri otomotif saat ini sangat pesat karena pihak produsen mempermudah konsumen dalam membeli kendaraan sepeda motor dengan memberikan kemudahan dengan cara kredit atau *cash*. Kendaraan sepeda motor saat ini berlomba maju dari konsumen menengah hingga keatas. Sehingga tidak dipungkiri lagi industri sepeda motor saat ini bisa dijadikan investasi masa depan.

Sepeda motor merupakan kendaraan beroda dua yang ditenagai oleh sebuah mesin, dan sepeda motor sebagai kebutuhan yang mendasar bagi sebagian masyarakat. Bisnis produk sepeda motor saat ini menunjukkan suatu fenomena yang cukup menarik. Fakta memperlihatkan penjualan sepeda motor terus meningkat karena kebutuhan konsumen akan kendaraan khususnya kendaraan sepeda motor seperti tidak dapat dipisahkan lagi. Kondisi ini membuat produsen semakin meningkatkan inovasi dengan mengeluarkan produk – produk baru untuk meningkatkan penguasaan pasar. Persaingan bisnis yang semakin pesat sekarang ini mengakibatkan merek-merek baru bermunculan dan berusaha merebut pasar merek-merek yang sudah ada terlebih dahulu. Merek bukanlah sekedar nama dan simbol saja, merek menjadi suatu pembeda antara produk satu dengan produk lainnya di antara komoditas yang ada.

Perang teknologi antara produsen motor pun tak dapat dihindarkan, karena masing-masing perusahaan berusaha memberikan layanan yang terbaik bagi setiap pelanggannya dan menyediakan nilai yang lebih dari pesaingnya serta produk yang dihasilkannya dapat sukses dipasaran serta dinyatakan sebagai produk yang berhasil bersaing di pasar. Keberhasilan produk yang didapatkan dapat diwujudkan dengan mengenali segmen pasar yang akan dituju sebagai tujuan pangsa pasar. Yang dimana pembagian segmen itu menjadikan suatu produk dapat sejalan dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai konsumen.

Gambar I.1

data terbaru penjualan sepeda motor per kuartal di tahun 2016



Dilihat dari data diatas, sepeda motor merek Honda yang menjadi penjualan terbanyak di kuartal pertama tahun 2016.

Honda dan Yamaha sebagai salah satu perusahaan pemegang produk sepeda motor terbesar di Indonesia yang menghasilkan produk sepeda motor yang memberikan kecepatan, kenikmatan, keiritan, dan kenyamanan dalam berkendara sepeda motor yang lebih baik daripada pesaingnya. Didukung pula dengan berbagai fitur serta bervariasi produknya termasuk produk sepeda motor Honda dan Yamaha keluaran. Hampir setiap keluarga memiliki sepeda motor, karena sepeda motor merupakan kendaraan paling utama yang ingin dimiliki setiap manusia yang sudah mampu mengendarainya untuk memenuhi kebutuhan sehari - hari. Sepeda motor Honda dan Yamaha selalu mengeluarkan produk yang inovatif dan banyak konsumen yang menyukai produk Honda dan Yamaha ini dikarenakan lebih trendi serta bervariasi motif serta tampilannya. Tidak ada perusahaan yang tidak menginginkan mereknya sukses dipasaran, Begitu juga Honda dan Yamaha dalam memproduksi sepeda motornya.

Fenomena yang terjadi sekarang ini, Terlihat di parkiran mahasiswa dan mahasiswi universitas PGRI Palembang, sepeda motor yang terparkir di dominasi oleh sepeda motor merek Honda dan Yamaha. Di jalan raya pun terlihat sepeda motor yang melintasi jalan raya juga di dominasi oleh sepeda motor merek Honda dan Yamaha. Sehingga tidak dapat di pungkiri Honda dan Yamaha sudah sangat populer di Negara Indonesia. Persaingan otomotif yang paling bersaing adalah Honda VS Yamaha. Karena mereka adalah *market leader* nya dunia otomotif motor. Ada yang mengatakan Honda yang terbaik, ada juga yang mengatakan Yamaha yang terbaik.

Berdasarkan riset pendahuluan yang dilakukan terhadap 30 responden, maka di peroleh data sebagai berikut

Tabel I.1

Tanggapan Responden Terhadap Sepeda Motor Honda Dan Yamaha  
Dilingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang.

No	Pernyataan	Honda	Yamaha	Total
1	Desain body	17	13	30
2	Hemat bahan bakar	23	7	30
3	Daya tahan mesin	14	16	30
4	Suku cadang	12	18	30
5	Kebanggaan terhadap merek	10	20	30

Sumber : riset pendahuluan 2016

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat dilihat bahwa dari sisi desain body dan hemat bahan bakar. Respon positif ditunjukkan terhadap produk merek Honda. Sedangkan dilihat dari sisi suku cadang, daya tahan mesin, dan kebanggaan terhadap merek. Respon yang paling banyak dan positif ditunjukkan pada produk merek Yamaha.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Sepeda Motor Honda Dan Yamaha Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah Adakah Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Sepeda Motor Honda Dan Yamaha Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang di kemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Sepeda Motor Honda Dan Yamaha Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori yang didapatkan dibangku kuliah dalam bidang pemasaran, khususnya berkaitan dengan kualitas dan pelayanan terhadap pelanggan.

### **2. Manfaat Bagi Almamater**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bacaan bagi pengguna sepeda motor serta dapat memberikan input yang baik dan menjadi bahan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Sebelumnya**

Penelitian sebelumnya berjudul Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Motor Yamaha Dan Honda di Semarang oleh Ahmad Yasir (2009). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap motor Yamaha dan Honda di Semarang. Jenis penelitian menggunakan Komparatif. Data yang digunakan yaitu data Primer, Variabel yang digunakan yaitu Variabel statistik dengan indikator kualitas, harga, promosi dan penjualan. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan terbagi 2 responden Yamaha dan Honda. Metode pengumpulan data yang digunakan wawancara dan kuisioner. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji t dengan hasil Yamaha 40,84% puas, Honda 30,16% puas dan 29% Netral. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah motor Yamaha masih unggul dan puas dimata konsumen daripada motor Honda dilihat dari hasil teknik analisis tersebut.

Penelitian sebelumnya berjudul Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Motor Honda Dan Yamaha di Bandung oleh Ingga Lukomto (2011). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah konsumen puas dengan motor Honda dan Yamaha. Jenis penelitian menggunakan komparatif. Data yang digunakan yaitu primer. Variabel yang digunakan yaitu variabel statistik. Metode pengumpulan data yang digunakan

wawancara dan kuisioner. Indikator yang digunakan yaitu referensi, kelas sosial, kebudayaan, gaya hidup dan pribadi. Jumlah sampel 100 Orang, tehnik analisis yang digunakan yaitu tehnik analisis data dan uji reabilitas. Kesimpulan dari penelitian ini adalah konsumen belum merasa puas dengan kualitas motor Honda yang hanya mengandalkan irit bbm saja sehingga variabel kualitas dan harga belum bisa mempengaruhi kualitas motor Honda di Bandung.

Penelitian sebelumnya berjudul Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Merek Sepeda Motor Honda dan Yamaha di Kecamatan Jayaloka Kabupaten Musi Rawas Sumatera Selatan oleh Nanda Aktoriansyah (2012). Rumusan masalahnya adalah bagaimana perbedaan kepuasan konsumen terhadap merek sepeda motor Honda dan Yamaha di kecamatan jayaloka kabupaten musu rawas sumatera selatan. Jenis penelitian ini yaitu penelitian komparatif, indikator yang digunakan yaitu daya tahan mesin, desain menarik, banyak pilihan warna, suku cadang banyak, hemat BBM dan kebanggaan terhadap merek. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan rumus *Fishbein Attitude*. Proses pengambilan sampelnya yaitu dengan sampel *Nonprobabilitas* sebanyak 100 orang dengan cara menyebarkan kuesioner. Hasil penelitian yang dilakukan tidak terdapat perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor merek Honda dan Yamaha di Kecamatan Jayaloka Kabupaten Musi Rawas Sumatera Selatan karena  $F_o = -4 < F_o 0,05(5:6) = 4,39$ .

## B. Landasan Teori

### 1. Pengertian kepuasan konsumen

Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakan setelah pemakaian (Tjiptono, 2008 : 24).

Kepuasan konsumen sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian menyangkut kinerja produk relatif bagus atau tidak, dan apakah produk bersangkutan memiliki kecocokan dengan tujuan atau pemakaiannya (Tjiptono,2008:127)

### 2. Pengukuran kepuasan konsumen (Fandy Tjiptono,2008)

#### a. Sistem keluhan dan saran

Untuk mengidentifikasi masalah maka perusahaan harus mengumpulkan informasi langsung dari konsumen dengan cara menyediakan kotak saran. Informasi yang terkumpul untuk memberikan masukan bagi perusahaan.

#### b. *Ghost Shopping*

Metode ini digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing dan membandingkannya dengan perusahaan yang bersangkutan.

c. Survei kepuasan konsumen

Survei kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara survei melalui pos surat, *telephone*, maupun wawancara pribadi. Dengan metode ini perusahaan dapat menciptakan komunikasi 2 arah dan menunjukkan perhatiannya kepada konsumen.

d. Analisis kehilangan konsumen

Tingkat kehilangan konsumen menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya. Perusahaan seharusnya menganalisa dan memahami mengapa konsumen tersebut berhenti memakai produk kita.

**3. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap suatu produk (Fandy Tjiptono,2008), yaitu:**

a. Kinerja (*performance*)

Yaitu karakteristik pokok dari produk inti (*Core Product*) yang dibeli. Misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi dan sebagainya.

b. Keistimewaan tambahan (*Features*)

Yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap. Misalnya kelengkapan *interior* dan kelengkapan *eksterior*.

c. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai. Misalnya motor tidak sering macet dan rusak.

d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*)

Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan sudah terpenuhi.

e. Daya tahan (*durability*)

Yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan motor.

f. *Serviceability*

Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.

g. Estetika (*Asthetic*)

Yaitu daya tarik produk terhadap panca indra. Misalnya bentuk *body* motor yang menarik, model atau desain yang artistik, warna, dan sebagainya.

h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

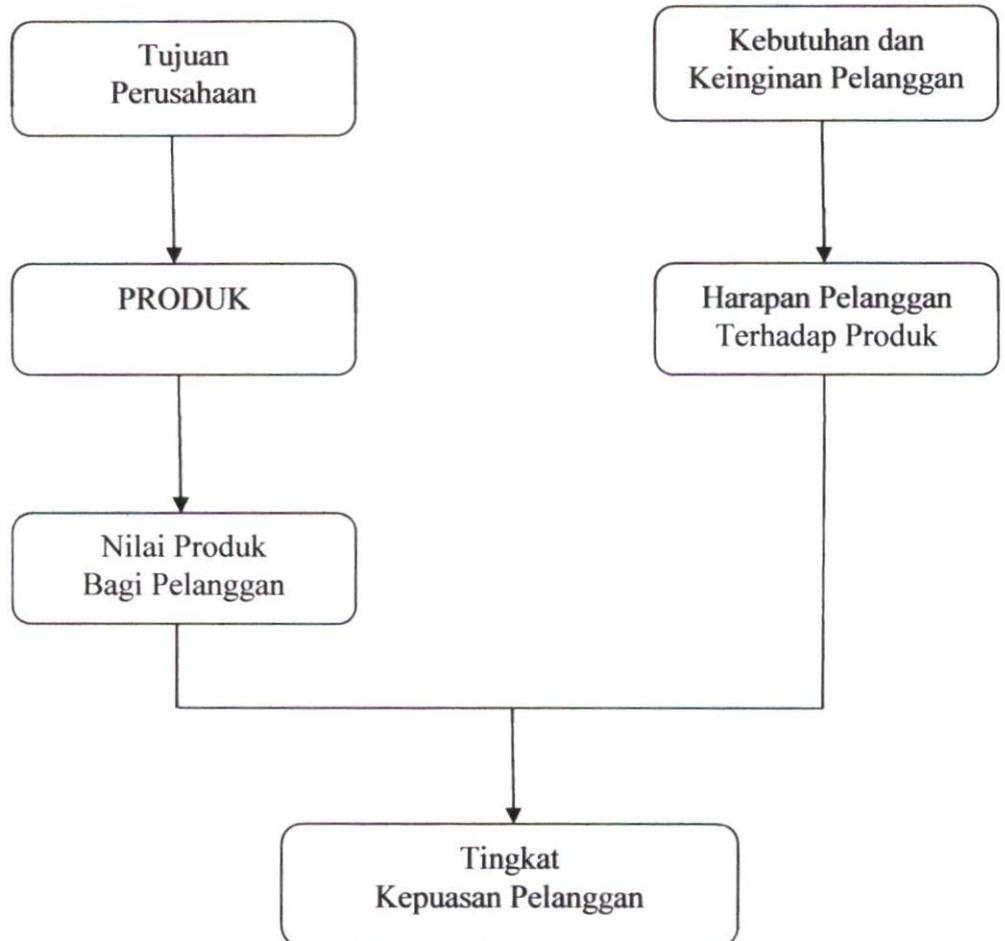
Yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut/ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun Negara pembuatnya.

**4. Ciri – ciri konsumen yang puas**

Kotler, (2007) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

- a. Loyal terhadap produk konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.
- b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.
- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

## 5. Konsep kepuasan pelanggan (Fandy Tjiptono,2008)



Gambar II.1 konsep kepuasan pelanggan

Gambar II.1 menjelaskan bahwa, pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterima bila pelanggan membeli atau mengonsumsi suatu produk membuat sesuatu memadai. Kepuasan konsumen mempunyai tingkat masing-masing tergantung apa yang mereka peroleh. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan utama yang ingin dicapai setiap perusahaan/usaha dan bisnis, karena dengan terciptanya kepuasan konsumen

ini diharapkan konsumen tersebut akan loyal dengan menggunakan produk atau jasa tersebut.

## **6. Jenis kepuasan konsumen**

### a. Kepuasan Fungsional

Merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk

### b. Kepuasan psikologikal

Merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud.

## **C. Hipotesis**

Adanya perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha dikalangan mahasiswa fakultas ekonomi universitas PGRI Palembang.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Menurut Sugiyono (2010:53) ada 3 jenis penelitian, yaitu:

##### **1. Penelitian Komparatif**

Adalah suatu penelitian yang bersifat membandingkan, variabelnya masih sama dengan penelitian variabel mandiri tetapi untuk sampelnya lebih dari satu, atau dalam waktu yang berbeda.

##### **2. Penelitian Asosiatif**

Adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.

##### **3. Penelitian Deskriptif**

Adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian komparatif. Karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha di kalangan mahasiswa fakultas ekonomi universitas PGRI Palembang.

**B. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan dilokasi Universitas PGRI Palembang Jl. Jendral Ahmad Yani Lorong Gotong Royong 9/10, Ulu Darat, Palembang 30263, Sumatera Selatan Telp. 0711510043 Fax. 0711514782  
Emailadmin@univpgri.palembang.ac.id

### C. Operasionalisasi Variabel

Tabel III.1

Variabel, Sub Variabel, Definisi, dan Indikator

Variabel	Definisi	Sub variabel	Indikator
Kepuasan Konsumen	Kepuasan merupakan respon mahasiswa Fakultas Ekonomi PGRI Palembang terhadap evaluasi ketidaksesuaian ( <i>disconfirmation</i> ) yang dirasakan antara harapan sebelumnya, dan kinerja aktual sepeda motor Honda dan Yamaha yang dirasakan setelah pemakaian.	Estetika	Desain body
		Kinerja	Hemat bahan bakar
		Keandalan	Daya tahan mesin
		Keistimewaan tambahan	Banyaknya suku cadang
		Kualitas yang dipersepsikan	Kebanggaan terhadap merek

Sumber: Gagasan peneliti berdasarkan berbagai teori,2016

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi universitas PGRI Palembang di Jl. Jendral Ahmad Yani Lorong Gotong Royong 9/10, Ulu Darat, Palembang 30263, Sumatera Selatan. dengan jumlah mahasiswa fakultas ekonomi sebanyak 628 mahasiswa, dengan 333 mahasiswa jurusan akuntansi, 295 mahasiswa jurusan manajemen. (sumber: bagian prodi universitas PGRI Palembang)

Tabel III.2

Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi  
Berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Jumlah
1	Akuntansi	333
2	Manajemem	295
Total		628

Sumber: bagian prodi universitas PGRI Palembang.

## 2. Sampel

Menurut sugiyono (2012:81), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili).

Sugiyono (2012:86-87), berikut ini tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan dari *Isaac* dan *Michael*, untuk tingkat kesalahan, 1%, 5%, dan 10%, Rumus untuk menghitung ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya adalah sebagai berikut:

Tabel III.3

Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, Dan 10%

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Dilihat dari tabel diatas, dengan menggunakan tingkat kesalahan 10%, maka penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 190 orang. Teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *Cluster Sampling (Area Sampling)*, teknik ini digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan di teliti atau sumber data yang luas (Sugiyono,2012:84).

Tabel III.4  
Jumlah Sampel Mahasiswa Fakultas Ekonomi  
Berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Jumlah	Sampel
1	Akuntansi	333	$\frac{333}{628} \times 190 = 100$
2	Manajemem	295	$\frac{295}{628} \times 190 = 90$
Total		628	190

Sumber: bagian prodi universitas PGRI Palembang

### E. Data yang Diperlukan

Menurut M. Iqbal Hasan (2008:33), dilihat dari cara memperolehnya, data terdiri dari:

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer disebut juga data asli atau data baru.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada. Data itu biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan peneliti yang terdahulu. Data sekunder disebut juga data yang tersedia.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu berupa jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan oleh peneliti.

## **F. Metode Pengumpulan Data**

Menurut M. Iqbal Hasan (2008:17), teknik pengumpulan data terdiri dari:

### **1. Pengamatan (observasi)**

Pengamatan atau observasi adalah cara pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung ke lapangan (laboratorium), terhadap objek yang diteliti (populasi). Pengamatan disebut juga penelitian lapangan.

### **2. Penelusuran Literatur**

Penelusuran literatur adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan sebagian atau seluruh data yang telah ada atau laporan data dari peneliti sebelumnya. Penelusuran literatur disebut juga pengamatan tidak langsung.

### **3. Penggunaan Kuesioner (angket)**

Penggunaan kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan (angket) atau daftar isian terhadap objek yang diteliti (populasi).

#### 4. Wawancara (interview)

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan langsung mengadakan tanya jawab kepada objek yang diteliti atau kepada perantara yang mengetahui persoalan dari objek yang sedang diteliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan (kuesioner) yang berhubungan dengan indikator-indikator yang digunakan.

### **G. Analisis Data dan Teknik Analisis**

#### 1. Analisis Data

Menurut sugiyono (2012:70) analisis data dalam penelitian dapat dikempokkan menjadi 2, yaitu :

##### a. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif yaitu suatu metode analisis dengan menggunakan data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar.

##### b. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu suatu metode analisis dengan menggunakan data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang di angkakan.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Jawaban responden terhadap setiap indikator akan dikelompokkan menjadi tiga alternatif jawaban, yaitu:

- c. Memuaskan
- d. Netral
- e. Tidak Memuaskan

## 2. Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Chi-Kuadrat ( $\chi^2$ ).  $\chi^2$  dalam pengujian hipotesis biasanya digunakan untuk mengetahui perbedaan antara frekuensi pengamatan dengan frekuensi yang diharapkan. Untuk menganalisis data penelitian Chi Kuadrat, hasil tabulasi kuesioner akan dihitung menggunakan aplikasi computer SPSS versi 16, dengan membandingkan nilai Sig dengan nilai  $\alpha$ .

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian komparatif, dimana membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada sampel yang berbeda. Dalam hal ini peneliti membandingkan variabel kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha dikalangan mahasiswa fakultas ekonomi universitas PGRI Palembang. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data, dimana kuesioner tersebut dibagikan kepada responden yang berjumlah 190 orang. Untuk menganalisis perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha dikalangan mahasiswa fakultas ekonomi universitas PGRI Palembang, peneliti menggunakan rumus Chi- Kuadrat ( $X^2$ ). Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah Desain body, Suku cadang, Daya tahan mesin, Hemat bahan bakar, Kebanggaan terhadap merek.

## 2. Gambaran Umum Objek Penelitian

Tahun 1984 panitia STKIP PGRI Palembang yang diketuai oleh Drs. H. Usman Madjid, M.M. dituangkan dalam surat keputusan bersama Pengurus Daerah Tk. I PGRI dan YPLP PGRI Dati I Provinsi Sumatera Selatan Nomor : 46/SK/PD.III PGRI/IVX/83, dan Nomor : 342A/SK/YPLP PGRI tanggal 1 desember 1983, maka pada tahun akademik 1984/1985 di izinkan untuk menerima mahasiswa baru berdasarkan surat keputusan Koordinator Kopertis wilayah II Nomor : 035/M.05.02/Kop.II/1984 untuk 4 jurusan/program studi yaitu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Program Studi Pendidikan Sejarah, Jurusan Pendidikan MIPA, Program Studi Psikologi Pendidikan dan Bimbingan. Keempat Program Studi itu mendapat status “TERDAFTAR” melalui Surat Keputusan Mendikbud RI Nomor 065/0/1986 tanggal 5 Februari 1986. Tahun 1985/1986 STKIP PGRI Palembang menambah 2 (dua) Program Studi yaitu Program Studi Pendidikan Kesenian dan Program Studi Pendidikan Olahraga. Program Studi Kesenian selama 2 (dua) tahun tidak mendapat mahasiswa dan Program Studi Pendidikan Olahraga pada tahun ke 3 (tiga) bergabung dengan universitas 45 Bekasi. Pada tahun 1987 Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia memperoleh status “TERDAFTAR” melalui Surat Keputusan Mendikbud RI Nomor : 0634/0/1989 tanggal 22 september 1989 sebagai program studi baru. Pada tahun 2000 STKIP PGRI Palembang dikembangkan menjadi Universitas PGRI Palembang, hal ini tertuang dalam Surat Keputusan

Dirjen Dikti Depdiknas Republik Indonesia Nomor : 97/D/0/2000, tanggal 9 juni 2000. Fakultas Keguruan dn Ilmu Pendidikan (FKIP) memiliki 5 (lima) jurusan dan 8 (delapan) program studi, yaitu Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni terdiri dari Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris dan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Jurusan MIPA terdiri Program Studi pendidikan Matematika dan Program Studi Pendidikan Fisika. Jurusan IPS terdiri dari Program Studi Pendidikan Sejarah dan Program Studi Pendidikan Akuntansi. Jurusan Ilmu Pendidikan terdiri dari Program Studi Bimbingan dan Konseling. Jurusan Pendidikan Olahraga terdiri dari Program Studi Pendidikan Olahraga. Berikut adalah beberapa jurusan pendidikan yang ada pada FKIP PGRI :

Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, dengan program studi: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Pendidikan Bahasa dan Sastra Inggris. Jurusan Pendidikan MIPA, dengan Program Studi : Pendidikan Matematika, Pendidikan Fisika. Jurusan Pendidikan IPS, dengan Program Studi : Pendidikan Sejarah, Pendidikan Akuntansi, Pendidikan Geografi. Jurusan Pendidikan Psikologi, dengan program studi : Pendidikan Bimbingan Konseling. Jurusan Pendidikan Olahraga dan Kesehatan : Program Studi Pendidikan Olahraga dan Kesehatan. Jurusan Pendidikan Kesenian : Program Studi Seni Drama, Tari dan Musik (SENDRATASIK)

a. Visi Universitas PGRI Palembang :

Terwujudnya FKIP Universitas PGRI Palembang sebagai lembaga pendidikan tinggi yang menghasilkan lulusan, memiliki pengetahuan keterampilan yang profesional, bermoral dan berakhlak mulia, serta berwawasan luas, berdaya saing berguna bagi masyarakat, bangsa, dan Negara.

b. Misi Universitas PGRI Palembang :

- 1) Mewujudkan pembelajaran yang bermakna sehingga menghasilkan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni dengan menjunjung tinggi kepribadian serta nilai-nilai kemanusiaan dalam semua kehidupan.
- 2) Mewujudkan Tri Dharma Perguruan Tinggi secara efektif dan efisien sebagai pusat pendidikan, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat.
- 3) Mengembangkan lembaga menjadi lembaga yang handal untuk mencetak kader-kader tenaga kependidikan sebagai kader pemimpin bangsa.
- 4) Menciptakan budaya akademik yang kondusif dengan memberdayakan seluruh sumber daya yang dimiliki secara optimal mendorong civitas dan tenaga pendukung untuk belajar sepanjang hayat dan responsif terhadap perubahan sosial budaya.
- 5) Memberikan layanan yang prima untuk meningkatkan kualitas hidup dengan belajar.

- 6) Menyiapkan kegiatan yang bersifat kewirausahaan dan kerjasama dengan lembaga masyarakat yang saling menguntungkan, sebagai perwujudan dan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

### 3. Gambaran Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang

Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang didirikan oleh YPLP PT-PGRI Provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2000 bersamaan dengan perubahan STKIP PGRI Palembang menjadi Universitas PGRI Palembang. Sejak didirikan hingga saat ini Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang memiliki 2 (*dua*) program studi, yaitu Program Studi Akuntansi dan Program Studi Manajemen. Dalam perkembangannya Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang mengalami 2 (*dua*) kali pindah kantor, hal ini dilakukan karena pertimbangan fasilitas yang lebih representatif.

Pada tahun 2000 kantor Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang berada di Gedung Rektorat lantai II, kemudian pada tahun 2004 pindah ke Gedung D dan F lantai IV, dan sejak tahun 2012 Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang berada pula di Gedung G juga di lantai IV. Jurusan/Program Studi Akuntansi dan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang sejak tahun 2008 telah terakreditasi berdasarkan SK BAN-PT Nomor: 020/BAN-PT/AK-XI/S1/VIII/2008 tanggal 29 Agustus 2008 untuk Program Studi Manajemen dan Nomor: 033/BAN PT-AK-XI/S1/XII/2008 tanggal 19

Desember 2008 untuk Program Studi Akuntansi. Program Studi Manajemen juga telah diakreditasi kembali pada tahun 2013 berdasarkan SK BAN-PT Nomor: 227/SK/BAN-PT/AK-XVI/S/XI/2013 tanggal 9 November 2013. Sejak berdiri di tahun 2000 jabatan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang dipegang oleh Bpk. H. Eddy Salam, SH., M.M. Sejak tahun 2003 jabatan dekan tersebut diserahkan dari Bpk. H. Eddy Salam, SH., M.M. kepada Bpk. Drs. H. Mochamad Edwar, SE., dan akhirnya pada tahun 2009 s.d. saat ini sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dipegang oleh Bpk. Yasir Arafat, S.E., M.M.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang, merupakan mahasiswa yang berasal dari berbagai kalangan, mulai dari kalangan menengah sampai kalangan menengah ke atas. Dan berbagai sarana transportasi yang digunakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang di dominasi oleh sepeda motor, sepeda motor merupakan sarana transportasi yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa fakultas ekonomi universitas PGRI Palembang.

#### 4. Sejarah Sepeda Motor Honda

Awal mula berdirinya perusahaan Honda dimulai lahirnya seorang anak yang bernama Soichiro Honda lahir tanggal 17 November 1906 di Iwatagun (kini Tenrryu City) yang terpencil di Shizuoka prefecture. Daerah Chubu di antara Tokyo, Kyoto, dan Nara di Pulau Honshu yang awalnya penuh tanaman teh yang rapi, yang disela-selanya ditanami arbei yang lezat. Namun kini daerah kelahiran Honda sudah ditelan Hamamatsu yaitu kota terbesar di provinsi itu. Ayahnya bernama Gihei Honda seorang tukang besi yang beralih menjadi pengusaha bengkel sepeda, sedangkan ibunya bernama Mika, Soichiro anak sulung dari sembilan bersaudara, namun hanya empat yang berhasil mencapai umur dewasa. Yang lain meninggal semasa kanak-kanak akibat kekurangan obat dan juga akibat lingkungan yang kumuh.

Walaupun Gihei Honda miskin, namun ia suka pembaharuan. Ketika muncul pipa sigaret modal Barat, ia tidak ragu-ragu mengganti pipa sigaret tradisionalnya yang bengkok, tidak peduli para tetangganya menganggapnya aneh. Rupanya sifat itu dan juga keterampilannya menangani mesin menurun pada anak sulungnya. Sebelum masuk sekolah pun Soichiro sudah senang, membantu ayahnya di bengkel besi. Ia juga sangat terpesona melihat dan mendengar dengum mesin penggiling padi yang terletak beberapa kilometer dari desanya. Di sekolah prestasinya rendah. Honda mengaku ulangan-ulangannya buruk. Ia tidak suka

membaca, sedangkan mengarang dirasakannya sangat sulit. Tidak jarang ia bolos. “Sampai sekarang pun saya lebih efisien belajar dari TV daripada dari membaca. Kalau saya membaca, tidak ada yang menempel di otak,” katanya. Ketika sudah kelas lima dan enam, bakat Soichiro tampak menonjol di bidang sains. Walaupun saat itu baru belasan tahun, namun dalam kelas-kelas sains di Jepang sudah dimunculkan benda-benda seperti baterai, timbangan, tabung reaksi dan mesin. Dengan mudah Soichiro menangkap keterangan guru dan dengan mudah ia menjawab pertanyaan guru. Beberapa waktu sebelum itu, untuk pertama kalinya Soichiro melihat mobil. “Ketika itu saya lupa segalanya. Saya kejar mobil itu dan berhasil bergayut sebentar di belakangnya. Ketika mobil itu berhenti, pelumas menetes ke tanah. Saya cium tanah yang dibasahinya. Barangkali kelakuan saya persis seperti anjing. Lalu pelumas itu saya usapkan ke tangan dan lengan.

Mungkin pada saat itulah di dalam hati saya timbul keinginan untuk kelak membuat mobil sendiri. Sejak saat itu kadang-kadang ada mobil datang ke kampung kami. Setiap kali mendengar deru mobil, saya berlari ke jalan, tidak peduli pada saat itu saya sedang menggendong adik.” Soichiro hanya mengalami duduk di bangku sekolah selama sepuluh tahun. Sesudah lulus SD, anak nakal itu dikirim ke sekolah menengah pertama di Futumata yang tidak jauh dari kediamannya.

Lulus dari sekolah menengah itu ia pulang ke rumah ayahnya. Gihei Honda sudah beralih dari pandai besi menjadi pengusaha bengkel sepeda. Gihei Honda memiliki majalah *The World of Wheels* yang dibaca Soichiro dengan penuh minat. Di majalah itu sebuah bengkel mobil dari Tokyo memasang iklan mencari karyawan. Soichiro buru-buru melamar dan ia diterima. Walaupun ayahnya khawatir, namun Soichiro diantar juga ke kota besar itu. Honda hampir tidak percaya pada telinganya Honda merasa saat menunggu dipanggil belajar menjadi montir itu benar-benar merupakan ujian ketabahan yang paling berat, yang pernah dihadapinya seumur hidupnya. Di masa-masa setelah itu ia sudah tidak takut lagi menghadapi rintangan apapun berkat ketabahan yang diperolehnya selama menjadi kacang. Honda yang selama kariernya tidak tahu banyak mengenai uang, Cuma mendapat keuntungan sedikit sekali tahun pertama itu. Tetapi Honda merasa beruntung karena bengkelnya sukses. Ia memutuskan untuk menabung dan memperkirakan selama masa kerjanya akan mampu mengumpulkan sampai 1.000 yen. Selama hidupnya Honda terkenal sebagai penemu. Ia memegang hal paten lebih dari 100 penemuan pribadi. Yang pertama, ditemukannya ialah teknik pembuatan jari-jari mobil dari logam. Ketika itu mobil-mobil di Jepang memakai jari-jari kayu yang mudah terbakar. Perusahaan-perusahaan Jepang segera mengeksport jari-jari logam itu sampai ke India. Pada umur 25 tahun ia memperoleh keuntungan 1.000 yen sebulan.

Perusahaan juga menghargai orang-orang muda dan selalu merekrut orang-orang muda untuk memberi “darah baru” dan gagasan segar. Ketika Honda mengundurkan diri tahun 1973, yang dipilihnya sebagai pengganti ialah Kyoshi Kawashima, kepala bagian riset perusahaan Honda. Selama sejarahnya, perusahaan Honda hanya pernah mengalami pemogokan sekali pada tahun 1954. Ketika itu Honda dan manajemen di satu pihak menghadapi pekerja-pekerja dan adik Honda di Pihak lain. Tetapi sebagai layaknya perusahaan di Jepang semuanya itu diselesaikan dengan musyawarah. Sejak tahun 1973 Honda pindah ke pasaran kendaraan beroda empat untuk bisa tetap mengembangkan jumlah penghasilan perusahaan. Stafnya yang pada masa Honda bertambah 10% setiap tahun. Kalau mereka bertambah tua, artinya beban perusahaan akan bertambah berat. Padahal Honda menghadapi persaingan berat di pasaran dalam negeri dan luar negeri. Untuk bisa tetap menciptakan pasaran baru mereka harus selalu mencari teknik yang unik dan efisien serta menjual produk dengan harga bersaing. Namun ketika Honda dan Fujisawa mengundurkan diri pada musim gugur tahun 1973, Honda berkata, “Saya bisa mundur tanpa perasaan khawatir, karena saya yakin perusahaan akan terus maju dengan penuh semangat, menanggulangi pelbagai kesulitan dan luwes, tanpa kehilangan kesegarannya.” “Terus terang saya merasa muda dalam hal mental maupun fisik,” kata Honda. “Saya kira kalian tidak bisa menang dari saya. Namun saya mesti mengakui sekarang saya sering merasa iri hati pada orang muda.

Saya diberi tahu bahwa di Amerika pemimpin umum perusahaan berumur 40-an dan perusahaan yang dipimpin orang berusia 60-an tahun sering mengalami stagnasi. Kita sekarang memang memasuki zaman baru yang memerlukan nilai-nilai baru. Walaupun saya dan wakil pemimpin umum merasa kami masih muda, kami kira umur kami sudah lewat untuk memimpin.” Kalau saya menengok kembali ke belakang, saya lihat bahwa yang saya buat tidak lain daripada kesalahan, serentetan kegagalan dan serentetan sesalan,” kata Honda. “Tetapi saya juga bangga untuk keberhasilan saya. Walaupun saya sering membuat kesalahan dan kegagalan, namun semua itu tidak pernah disebabkan oleh hal sama. Saya tidak pernah mengulangi kesalahan dan saya selalu berusaha sekuat mungkin untuk memperbaiki diri. Dalam hal itu saya berhasil. “Ia tetap memegang saham terbesar di perusahaannya. Ketika mengundurkan diri tahun 1973 penghasilannya mendekati 1,7 miliar dolar. Walaupun sudah pensiun omongannya masih didengar. Katanya, masa depan industri Jepang bukan ditentukan oleh untuk cepat, tetapi oleh mutu barang yang kita buat dan pengaruhnya terhadap kepentingan sesama manusia. Kalau kita membuat barang yang menyebabkan banyak polusi kemungkinan kita akan untung, tetapi hanya sebentar, sesudah itu bangkrut. Kami di perusahaan Honda sering bergurau: Enak juga ada perusahaan-perusahaan besar yang kerjanya hanya memikirkan untung besar saja. Akibatnya perusahaan kecil seperti Honda mendapat kesempatan untuk membuat barang yang baik.

## 5. Sejarah Sepeda Motor Yamaha

Yamaha didirikan pada tahun 1887, ketika Torakusu Yamaha mendirikan perusahaan Yamaha Corp Nippon Gakki yang membuat alat musik piano organ, tidak lama kemudian Yamaha dikenal sebagai pembuat berbagai instrumen musik terbesar di dunia, Logonya pun dibuat Pada 1 Juni 1955, berdirilah *Yamaha Motor Corp.* yang terpisah dari Yamaha Corp. namun masih tetap dalam satu grup. *Motor produksi pertama yamaha* adalah single cylinder 2 stroke dengan kapasitas 125cc, dimana motor ini plek-plek copy dari DKW 125cc, Pabrik Inggris BSA juga dari pabrikan Jerman ini dikenal dengan Bantam, Motor 125cc tersebut dikenal sebagai YA1 alias Atakombo dan dikenal juga sebagai Red DragonFly, Motor ini lumayan sukses dan laris dipasaran dan diproduksi berikutnya menggunakan mesin dengan kapasitas 175cc. Produksi motor berikutnya adalah twin cylinder YDI dibuat pada tahun 1957, sanggup mengeluarkan power 20 BPH, dan memenangkan race Mount Asama di Jepang, produksinya sekitar 15.811 sepeda motor yamaha dan jumlah ini masih dibawah Honda ataupun Suzuki. Selanjutnya Yamaha berkembang dengan cukup pesat dan ditahun 1959 keluarlah motor sport Yamaha pertamanya yang dikenal sebagai YDSI, dengan 5 speed gearbox. tahun 1960, produksinya meningkat 6 kali lipat menjadi 138 ribu motor. Setelah berakhirnya Perang Korea, perekonomian Amerika Serikat begitu booming dan ini mendorong ekspor Jepang khususnya motor ke Amerika Serikat. Tahun 1962 ekspor yamaha ke US sebanyak 12 ribu motorcyclez. Kemudian tahun 1962 sudah mencaoi

12 ribu unit. Demikian pula untuk tahun 1963, kurang lebih sebanyak 36 ribu unit dan puncaknya ditahun 1964, ekspornya mencapai 87 ribu unit. Tahun 1963, Yamaha membuat motor 250cc, twin cylinder dan air cooled. Sejak saat itu, Yamaha lumayan dikenal di seantero Jepang. Tahun 1965, produksi Yamaha sudah mencapai 244 ribu unit dan peruntukannya 50:50, dimana sebagian untuk ekspor sedangkan sebagian lainnya konsumsi dalam negeri.

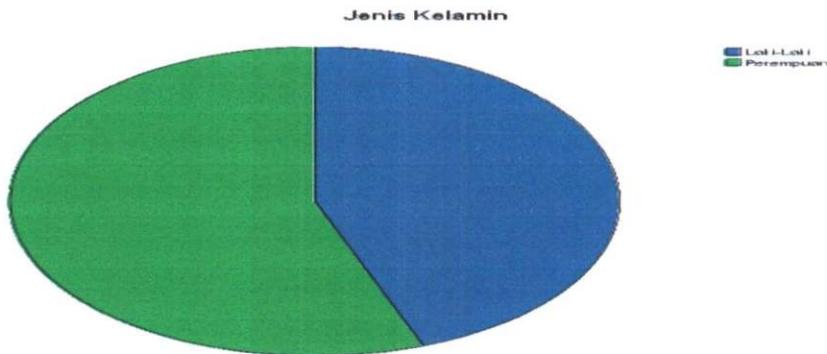
Yamaha mulai mengembangkan sayapnya dengan membuka pabrik diluar negara Jepang. Pabrik yamaha di luar Jepang yang pertama kali dibuka adalah di Thailand di tahun 1966. Pelan tapi pasti Yamaha mulai melewati Suzuki dalam hal produksi motor, dimana pada tahun 1967 telah mencapai 406 ribu unit motor. Jumlah ini melewati saingan terdekatnya Suzuki dengan selisih sekitar 4 ribu unit. Selanjutnya Yamaha mulai mengembangkan untuk pertama kalinya yaitu Yamaha motor trail. Motor trail pertama menggunakan engine 250cc single cylinder. Disamping itu Yamaha juga mengembangkan sport car unit 2000cc, 6 cylinder dan DOHC untuk Toyota Motor, dan ini akan membantu Yamaha dalam mengembangkan high performance bikers nantinya. Tahun 1969 Yamaha mengembangkan circuit race yang bersebelahan dengan pabrik Yamaha di Iwata. Tahun 1970, jumlah type product yang ditawarkan mencapai 20 jenis motor mulai dari 50cc s/d 350cc.

Yamaha menyadari juga potensi 2 stroke masih terbuka lebar dan Yamaha memproduksi sekitar 574 ribu engines dan 60% diantaranya untuk di ekspor. Dan ditahun yang sama juga, Yamaha mulai bermain di 4 stroke dengan mengeluarkan motor XS1 650cc vertical twin dimana megadopsi dari Triumph Twin. Motor ini sanggup mengeluarkan power sebesar 50HP pada 7200RPM dan torsi maksimum sebesar 52Nm pada 6000RPM.

## 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar IV. 1

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin



Tabel IV. 1

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

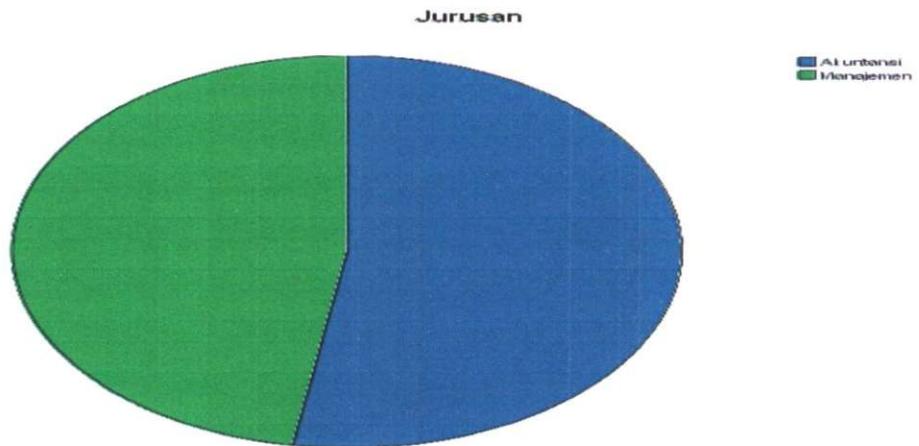
	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>ValidPercent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i> Laki-Laki	84	44.2	44.2	44.2
Perempuan	106	55.8	55.8	100.0
Total	190	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel IV.1 diatas, dapat dilihat bahwa 84 responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 44,2% dan 106 responden berjenis kelamin perempuan sebesar 55,8% .

## 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Gambar IV. 2

Karakteristik responden berdasarkan program studi



Tabel IV.2

Karakteristik responden berdasarkan program studi

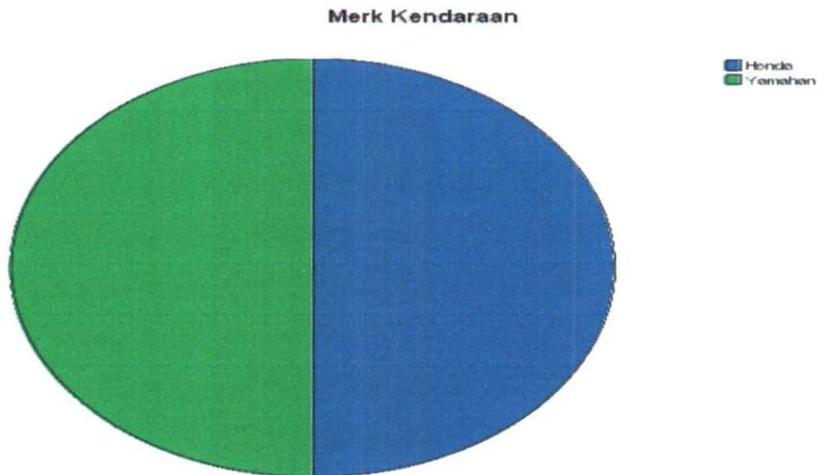
	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i> Akuntansi	100	52.6	52.6	52.6
Manajemen	90	47.4	47.4	100.0
Total	190	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel IV.2 diatas, dapat dilihat bahwa 100 responden dari program studi akuntansi sebesar 52,6% dan 90 responden dari program studi manajemen sebesar 47,4%.

## 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Sepeda Motor

Gambar IV. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Sepeda Motor



Tabel IV. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Sepeda Motor

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i> Honda	95	50.0	50.0	50.0
Yamaha	95	50.0	50.0	100.0
Total	190	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel IV.3 diatas, dapat dilihat bahwa 95 responden pernah memakai sepeda motor Honda sebesar 50% dan 95 responden pernah memakai sepeda motor Yamaha sebesar 50%.

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Sepeda Motor Honda dan Yamaha Berdasarkan Indikator

Berdasarkan hasil analisis menggunakan Statistical Product and Service Solutions (SPSS), perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha dengan indikator desain body, hemat bahan bakar, daya tahan mesin, suku cadang, dan kebanggaan terhadap merek. Dapat dilihat melalui tabel perhitungan aplikasi komputer SPSS versi 16 dibawah ini:

#### a. Sepeda motor Honda dan Yamaha pada indikator desain body

Tabel IV. 4  
Sepeda motor Honda dan Yamaha pada indikator desain body

		Desain Body			Total
		Tidak Memuaskan	Netral	Memuaskan	
Honda	<i>Count</i>	0	26	69	95
	<i>Expected Count</i>	3.5	28.5	63.0	95.0
	<i>% within Merk Kendaraan</i>	.0%	27.4%	72.6%	100.0%
Yamaha	<i>Count</i>	7	31	57	95
	<i>Expected Count</i>	3.5	28.5	63.0	95.0
	<i>% within Merk Kendaraan</i>	7.4%	32.6%	60.0%	100.0%
Total	<i>Count</i>	7	57	126	190
	<i>Expected Count</i>	7.0	57.0	126.0	190.0
	<i>% within Merk Kendaraan</i>	3.7%	30.0%	66.3%	100.0%

Berdasarkan hasil analisis di atas, diperoleh data sebagai berikut:

- 1) Terdapat 0 konsumen berpendapat bahwa desain body kendaraan merk Honda tidak memuaskan sebanyak 0%
- 2) Terdapat 26 konsumen berpendapat bahwa desain body kendaraan merk Honda netral atau tidak memberikan keterangan pasti puas atau tidak puas sebanyak 27,4%
- 3) Terdapat 69 konsumen berpendapat bahwa desain body kendaraan merk Honda memuaskan sebanyak 72,6 %
- 4) Terdapat 7 konsumen berpendapat bahwa desain body kendaraan merk Yamaha tidak memuaskan sebanyak 7,4%
- 5) Terdapat 31 konsumen berpendapat bahwa desain body kendaraan merk Yamaha netral atau tidak memberikan keterangan pasti puas atau tidak puas sebanyak 32,6%
- 6) Terdapat 57 konsumen berpendapat bahwa desain body kendaraan merk Yamaha memuaskan sebanyak 60%

Tabel IV.5  
*Chi-Square Tests* indikator desain body

	<i>Value</i>	<i>Df</i>	<i>Asymp. Sig. (2-sided)</i>
<i>Pearson Chi-Square</i>	8.581 <sup>a</sup>	2	.014
<i>Likelihood Ratio</i>	11.288	2	.004
<i>Linear-by-Linear Association</i>	6.142	1	.013
<i>N of Valid Cases</i>	190		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.50.

Uji *Chi Square*, mengamati ada dan tidaknya hubungan antara variabel Merk Kendaraan dengan desain body. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

$H_0$  : Tidak ada hubungan antara baris dan kolom.

$H_1$  : Ada hubungan antara baris dan kolom.

Jika probabilitas  $\geq 0.10$  maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas  $< 0.10$  maka  $H_0$  ditolak.

Keputusannya adalah :

Kolom *Asymp Sig (2 Sided)* menunjukkan nilai probabilitas. Karena *Asymp. Sig*-nya adalah 0.014 yang berarti lebih kecil dari 0.10, maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara baris dan kolom atau “adanya hubungan antara sepeda motor honda dan yamaha dengan kepuasan konsumen terhadap desain body”. Hasil analisis tersebut mengidentifikasi bahwa adanya perbedaan kepuasan konsumen sepeda

motor Honda dengan kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha dalam hal desain body kendaraan.

**b. Sepeda motor Honda dan Yamaha pada indikator hemat bahan bakar**

Tabel IV. 6  
Sepeda motor Honda dan Yamaha pada indikator hemat bahan bakar

			Irit BBM			Total
			Tidak Memuaskan	Netral	Memuaskan	
Merk Kendaraan	Honda	<i>Count</i>	1	37	57	95
		<i>Expected Count</i>	1.5	44.5	49.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	1.1%	38.9%	60.0%	100.0%
	Yamaha	<i>Count</i>	2	52	41	95
		<i>Expected Count</i>	1.5	44.5	49.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	2.1%	54.7%	43.2%	100.0%
Total	<i>Count</i>	3	89	98	190	
	<i>Expected Count</i>	3.0	89.0	98.0	190.0	
	<i>% within Merk Kendaraan</i>	1.6%	46.8%	51.6%	100.0%	

Berdasarkan hasil analisis di atas, diperoleh data sebagai berikut:

- 1) Terdapat 1 konsumen kendaraan merk Honda berpendapat bahwa keiritan bahan bakar tidak memuaskan sebanyak 1,1%
- 2) Terdapat 37 konsumen kendaraan merk Honda berpendapat bahwa keiritan bahan bakar netral atau tidak memberikan keterangan pasti puas atau tidak puas sebanyak 38,9%
- 3) Terdapat 57 konsumen kendaraan merk Honda berpendapat bahwa keiritan bahan bakar memuaskan sebanyak 60%

- 4) Terdapat 2 konsumen kendaraan merk Yamaha berpendapat bahwa keiritan bahan bakar tidak memuaskan sebanyak 2,1%
- 5) Terdapat 52 konsumen kendaraan merk Yamaha berpendapat bahwa keiritan bahan bakar netral atau tidak memberikan keterangan pasti puas atau tidak puas sebanyak 54,7%
- 6) Terdapat 41 konsumen kendaraan merk Yamaha berpendapat bahwa keiritan bahan bakar memuaskan sebanyak 43,2%

Tabel IV. 7  
*Chi-Square Tests* indikator hemat bahan bakar

	<i>Value</i>	<i>Df</i>	<i>Asymp. Sig. (2-sided)</i>
<i>Pearson Chi-Square</i>	5.474 <sup>a</sup>	2	.065
<i>Likelihood Ratio</i>	5.504	2	.064
<i>Linear-by-Linear Association</i>	5.373	1	.020
<i>N of Valid Cases</i>	190		

Uji *Chi Square*, mengamati ada dan tidaknya hubungan antara variabel Merk Kendaraan dengan hemat bahan bakar. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

$H_0$ : Tidak ada hubungan antara baris dan kolom.

$H_1$  : Ada hubungan antara baris dan kolom.

Jika probabilitas  $\geq 0.10$  maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas  $< 0.10$  maka  $H_0$  ditolak.

Keputusannya adalah :

Kolom Asymp Sig (2 Sided) menunjukkan nilai probabilitas. Karena Asymp. Sig-nya adalah 0.065 yang berarti lebih kecil dari 0.10, maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara baris dan kolom atau “ada hubungan antara sepeda motor Honda dan Yamaha dengan kepuasan konsumen terhadap hemat bahan bakar”. Hasil analisis tersebut mengidentifikasi bahwa adanya perbedaan kepuasan konsumen sepeda motor Honda dengan kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha dalam hal hemat bahan bakar.

**c. Sepeda motor Honda dan Yamaha pada indikator Daya tahan Mesin**

Tabel IV. 8  
Sepeda motor Honda dan Yamaha pada indikator Daya tahan Mesin

			Ketahanan Mesin			Total
			Tidak Memuaskan	Netral	Memuaskan	
Merk Kendaraan	Honda	<i>Count</i>	2	34	59	95
		<i>Expected Count</i>	7.0	38.0	50.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	2.1%	35.8%	62.1%	100.0%
	Yamaha	<i>Count</i>	12	42	41	95
		<i>Expected Count</i>	7.0	38.0	50.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	12.6%	44.2%	43.2%	100.0%
Total	<i>Count</i>	14	76	100	190	
	<i>Expected Count</i>	14.0	76.0	100.0	190.0	
	<i>% within Merk Kendaraan</i>	7.4%	40.0%	52.6%	100.0%	

Berdasarkan hasil analisis di atas, diperoleh data sebagai berikut:

- 1) Terdapat 2 konsumen berpendapat bahwa ketahanan mesin kendaraan merk Honda tidak memuaskan sebanyak 2,1%
- 2) Terdapat 34 konsumen berpendapat bahwa ketahanan mesin kendaraan merk Honda netral atau tidak memberikan keterangan pasti puas atau tidak puas sebanyak 35,8%
- 3) Terdapat 59 konsumen berpendapat bahwa ketahanan mesin kendaraan merk Honda memuaskan sebanyak 62,1%
- 4) Terdapat 12 konsumen berpendapat bahwa ketahanan mesin kendaraan merk Yamaha tidak memuaskan sebanyak 12,6%
- 5) Terdapat 42 konsumen berpendapat bahwa ketahanan mesin kendaraan merk Yamaha netral atau tidak memberikan keterangan pasti puas atau tidak puas sebanyak 44,2%
- 6) Terdapat 41 konsumen berpendapat bahwa ketahanan mesin kendaraan merk Yamaha memuaskan sebanyak 43,2%

Tabel IV. 9  
*Chi-Square Tests* indikator daya tahan mesin

	<i>Value</i>	<i>Df</i>	<i>Asymp. Sig. (2-sided)</i>
<i>Pearson Chi-Square</i>	11.225 <sup>a</sup>	2	.004
<i>Likelihood Ratio</i>	12.026	2	.002
<i>Linear-by-Linear Association</i>	10.388	1	.001
<i>N of Valid Cases</i>	190		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.00.

Uji *Chi Square*, mengamati ada dan tidaknya hubungan antara variabel Merk Kendaraan dengan daya tahan mesin. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

$H_0$  : Tidak ada hubungan antara baris dan kolom.

$H_1$ : Ada hubungan antara baris dan kolom.

Jika probabilitas  $\geq 0.10$  maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas  $< 0.10$  maka  $H_0$  ditolak.

Keputusannya adalah :

Kolom Asymp Sig (2 Sided) menunjukkan nilai probabilitas. Karena Asymp. Sig-nya adalah 0.004 yang berarti lebih kecil dari 0.10, maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara baris dan kolom atau “ada hubungan antara merk kendaraan dengan kepuasan konsumen terhadap daya tahan mesin”. Hasil analisis tersebut mengidentifikasi bahwa adanya perbedaan kepuasan konsumen sepeda motor Honda dengan kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha dalam hal daya tahan mesin kendaraan.

d. Sepeda motor Honda dan Yamaha pada indikator Suku Cadang

Tabel IV. 10  
Sepeda motor Honda dan Yamaha pada indikator Suku Cadang

		Suku Cadang			Total
		Tidak Memuaskan	Netral	Memuaskan	
Honda	<i>Count</i>	2	56	37	95
	<i>Expected Count</i>	3.0	49.0	43.0	95.0
	<i>% within Merk Kendaraan</i>	2.1%	58.9%	38.9%	100.0%
Yamaha	<i>Count</i>	4	42	49	95
	<i>Expected Count</i>	3.0	49.0	43.0	95.0
	<i>% within Merk Kendaraan</i>	4.2%	44.2%	51.6%	100.0%
Total	<i>Count</i>	6	98	86	190
	<i>Expected Count</i>	6.0	98.0	86.0	190.0
	<i>% within Merk Kendaraan</i>	3.2%	51.6%	45.3%	100.0%

Berdasarkan hasil analisis di atas, diperoleh data sebagai berikut:

- 1) Terdapat 2 konsumen berpendapat bahwa suku cadang kendaraan merk Honda tidak memuaskan sebanyak 2,1%
- 2) Terdapat 56 konsumen berpendapat bahwa suku cadang kendaraan merk Honda netral atau tidak memberikan keterangan pasti puas atau tidak puas sebanyak 58,9%
- 3) Terdapat 37 konsumen berpendapat bahwa suku cadang kendaraan merk Honda memuaskan sebanyak 38,9%
- 4) Terdapat 4 konsumen kendaraan merk Yamaha berpendapat bahwa suku cadang kendaraan merk Yamaha tidak memuaskan sebanyak 4,2%

- 5) Terdapat 42 konsumen berpendapat bahwa suku cadang kendaraan merk Yamaha netral atau tidak memberikan keterangan pasti puas atau tidak puas sebanyak 44,2%
- 6) Terdapat 49 konsumen berpendapat bahwa suku cadang kendaraan merk Yamaha memuaskan sebanyak 51,6%

Tabel IV. 11  
*Chi-Square Tests* indikator suku cadang

	<i>Value</i>	<i>Df</i>	<i>Asymp. Sig. (2-sided)</i>
<i>Pearson Chi-Square</i>	4.341 <sup>a</sup>	2	.114
<i>Likelihood Ratio</i>	4.366	2	.113
<i>Linear-by-Linear Association</i>	1.706	1	.192
<i>N of Valid Cases</i>	190		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.00.

Uji *Chi Square*, mengamati ada dan tidaknya hubungan antara variabel Merk Kendaraan dan suku cadang. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

$H_0$ : Tidak ada hubungan antara baris dan kolom.

$H_1$  : Ada hubungan antara baris dan kolom.

Jika probabilitas  $\geq 0.10$  maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas  $< 0.10$  maka  $H_0$  ditolak.

Keputusannya adalah :

Kolom Asymp Sig (2 Sided) menunjukkan nilai probabilitas. Karena Asymp.

Sig-nya adalah 0.114 yang berarti lebih besar dari 0.10, maka  $H_0$  diterima dan

$H_1$  ditolak yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara baris dan kolom atau “tidak ada hubungan antara merk kendaraan dengan kepuasan konsumen terhadap suku cadang”. Hasil analisis tersebut mengidentifikasi bahwa tidak ada perbedaan kepuasan konsumen sepeda motor Honda dengan kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha dalam hal suku cadang kendaraan.

e. **Sepeda motor Honda dan Yamaha pada indikator Kebanggaan terhadap Merk**

Tabel IV.12  
Sepeda motor Honda dan Yamaha pada indikator Kebanggaan terhadap Merk

			Kebanggaan thp Merk			Total
			Tidak Memuaskan	Netral	Memuaskan	
Merk Kendaraan	Honda	<i>Count</i>	3	40	52	95
		<i>Expected Count</i>	4.5	36.5	54.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	3.2%	42.1%	54.7%	100.0%
	Yamaha	<i>Count</i>	6	33	56	95
		<i>Expected Count</i>	4.5	36.5	54.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	6.3%	34.7%	58.9%	100.0%
Total		<i>Count</i>	9	73	108	190
		<i>Expected Count</i>	9.0	73.0	108.0	190.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	4.7%	38.4%	56.8%	100.0%

Berdasarkan hasil analisis di atas, diperoleh data sebagai berikut:

- 1) Terdapat 3 konsumen berpendapat bahwa kebanggaan terhadap merk kendaraan merk Honda tidak memuaskan sebanyak 3,2%

- 2) Terdapat 40 konsumen berpendapat bahwa kebanggaan terhadap merk kendaraan merk Honda netral atau tidak memberikan keterangan pasti puas atau tidak puas sebanyak 42,1%
- 3) Terdapat 52 konsumen berpendapat bahwa kebanggaan terhadap merk kendaraan merk Honda memuaskan sebanyak 54,7%
- 4) Terdapat 6 konsumen berpendapat bahwa kebanggaan terhadap merk kendaraan merk Yamaha tidak memuaskan sebanyak 6,3%
- 5) Terdapat 33 konsumen berpendapat bahwa kebanggaan terhadap merk kendaraan merk Yamaha netral atau tidak memberikan keterangan pasti puas atau tidak puas sebanyak 34,7%
- 6) Terdapat 56 konsumen berpendapat bahwa kebanggaan terhadap merk kendaraan merk Yamaha memuaskan sebanyak 58,9%

Tabel IV. 13

*Chi-Square Tests* indikator Kebanggaan terhadap Merk

	<i>Value</i>	<i>df</i>	<i>Asymp. Sig. (2-sided)</i>
<i>Pearson Chi-Square</i>	1.819 <sup>a</sup>	2	.403
<i>Likelihood Ratio</i>	1.840	2	.399
<i>Linear-by-Linear Association</i>	.015	1	.902
<i>N of Valid Cases</i>	190		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.50.

Uji *Chi Square*, mengamati ada dan tidaknya hubungan antara variabel Merk Kendaraan dengan kebanggaan terhadap merk. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

$H_0$  : Tidak ada hubungan antara baris dan kolom.

$H_1$  : Ada hubungan antara baris dan kolom.

Jika probabilitas  $\geq 0.10$  maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas  $< 0.10$  maka  $H_0$  ditolak.

Keputusannya adalah :

Kolom Asymp Sig (2 Sided) menunjukkan nilai probabilitas. Karena Asymp. Sig-nya adalah 0.403 yang berarti lebih besar dari 0.10, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara baris dan kolom atau “tidak ada hubungan antara sepeda motor Honda dan yamaha dengan kepuasan konsumen terhadap kebanggaan terhadap merk”. Hasil analisis tersebut mengidentifikasikan bahwa tidak ada perbedaan kepuasan konsumen sepeda motor Honda dengan kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha dalam hal kebanggaan terhadap merk kendaraan.

## 2. Perbedaan Kepuasan Konsumen terhadap Sepeda Motor Honda dan Yamaha Secara Umum

Tabel IV.14  
Merk Kendaraan \* Kepuasan Konsumen *Crosstabulation*

			Kepuasan Konsumen			Total
			Tidak Memuaskan	Netral	Memuaskan	
Merk Kendaraan	Honda	<i>Count</i>	0	36	59	95
		<i>Expected Count</i>	.5	42.5	52.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	.0%	37.9%	62.1%	100.0%
	Yamaha	<i>Count</i>	1	49	45	95
		<i>Expected Count</i>	.5	42.5	52.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	1.1%	51.6%	47.4%	100.0%
Total		<i>Count</i>	1	85	104	190
		<i>Expected Count</i>	1.0	85.0	104.0	190.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	.5%	44.7%	54.7%	100.0%

Berdasarkan hasil analisis di atas, diperoleh data sebagai berikut:

- 1) Terdapat 0 konsumen berpendapat bahwa secara umum kendaraan merk Honda tidak memuaskan sebanyak 0%
- 2) Terdapat 36 konsumen berpendapat bahwa secara umum kendaraan merk Honda netral atau tidak memberikan keterangan pasti puas atau tidak puas sebanyak 37,9%
- 3) Terdapat 59 konsumen berpendapat bahwa secara umum kendaraan merk Honda memuaskan sebanyak 62,1%
- 4) Terdapat 1 konsumen berpendapat bahwa secara umum kendaraan merk Yamaha tidak memuaskan sebanyak 1,1%

- 5) Terdapat 49 konsumen berpendapat bahwa secara umum kendaraan merk Yamaha netral atau tidak memberikan keterangan pasti puas atau tidak puas sebanyak 51,6%
- 6) Terdapat 45 konsumen berpendapat bahwa secara umum kendaraan merk Yamaha memuaskan sebanyak 47,4%

Tabel IV.15

*Chi-Square Tests* kepuasan konsumen terhadap Honda dan Yamaha secara umum

	<i>Value</i>	<i>Df</i>	<i>Asymp. Sig. (2-sided)</i>
<i>Pearson Chi-Square</i>	4.873 <sup>a</sup>	2	.087
<i>Likelihood Ratio</i>	5.273	2	.072
<i>Linear-by-Linear Association</i>	4.553	1	.033
<i>N of Valid Cases</i>	190		

2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .50.

Uji *Chi Square*, mengamati ada dan tidaknya hubungan antara variabel Merk Kendaraan dan kepuasan konsumen. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

$H_0$  : Tidak ada hubungan antara baris dan kolom.

$H_1$  : Ada hubungan antara baris dan kolom.

Jika probabilitas  $\geq 0.10$  maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas  $< 0.10$  maka  $H_0$  ditolak.

Keputusannya adalah :

Kolom Asymp Sig (2 Sided) menunjukkan nilai probabilitas. Karena Asymp. Sig-nya adalah 0.087 yang berarti lebih kecil dari 0.10, maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara baris dan kolom atau “ada hubungan antara sepeda motor Honda dan yamaha dengan kepuasan konsumen”. Hasil analisis tersebut mengidentifikasi bahwa secara umum adanya perbedaan kepuasan konsumen sepeda motor Honda dengan kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha.

### 3. Rangkuman Hasil Pengujian

Dari kelima indikator yang telah dipaparkan sebelumnya, dan telah diperoleh hasil pengujian secara umum, dapat di rangkum hasil pengujian nya sebagai berikut:

Tabel IV. 16

#### Rangkuman hasil pengujian

<b>Chi-Square Tests tiap-tiap indikator</b>	<b>Pengujian Hipotesis</b>	<b>Hasil</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Pearson Chi-Square Tests</i> (desain body)	Adanya perbedaan kepuasan konsumen	0,014 < 0,10	$H_0$ ditolak,yang menunjukkan adanya perbedaan kepuasan konsumen
<i>Pearson Chi-Square Tests</i> (hemat bahan bakar)	Adanya perbedaan kepuasan konsumen	0,065 < 0,10	$H_0$ ditolak,yang menunjukkan adanya perbedaan kepuasan konsumen
<i>Pearson Chi-Square Tests</i> (daya tahan mesin)	Adanya perbedaan kepuasan konsumen	0,004 < 0,10	$H_0$ ditolak,yang menunjukkan adanya perbedaan kepuasan konsumen
<i>Pearson Chi-Square Tests</i> (suku cadang)	Adanya perbedaan kepuasan konsumen	0,114 $\geq$ 0,10	$H_0$ diterima,yang menunjukkan tidak ada perbedaan kepuasan konsumen
<i>Pearson Chi-Square Tests</i> (Kebanggaan terhadap Merk)	Adanya perbedaan kepuasan konsumen	0,403 $\geq$ 0,10	$H_0$ diterima,yang menunjukkan tidak ada perbedaan kepuasan konsumen
<b><i>Pearson Chi-Square Tests</i></b> <b>(secara umum)</b>	<b>Adanya perbedaan kepuasan konsumen</b>	<b>0,087 &lt; 0,10</b>	<b><math>H_0</math> ditolak,yang menunjukkan adanya perbedaan kepuasan konsumen</b>

## BA B V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan telah dipaparkan pada bab sebelumnya, diperoleh hasil analisis yang dihitung menggunakan aplikasi computer SPSS versi 16, bahwa perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha dengan 5 indikator yaitu : Desain body, Hemat bahan bakar, Daya tahan mesin, Suku cadang, Kebanggaan terhadap merk. Dari kelima indikator tersebut, hasil analisis dari 3 indikator (Desain body, Hemat bahan bakar, Daya tahan mesin ) adalah adanya perbedaan kepuasan konsumen dan hasil analisis dari 2 indikator (Daya tahan mesin, Suku cadang) tidak ada perbedaan kepuasan konsumen.

Secara umum diperoleh nilai Sig-nya adalah 0.087 yang berarti lebih kecil dari 0.10, maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang menunjukkan bahwa adanya perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha dikalangan mahasiswa fakultas ekonomi universitas PGRI Palembang.

## **B. Saran**

Berdasarkan simpulan, sebaiknya perusahaan otomotif sepeda motor meningkatkan lagi inovasi pada indikator yang di inginkan konsumen seperti memberikan desain body yang berbeda dari sebelumnya , lebih hemat bahan bakar, daya tahan mesin yang tidak diragukan lagi ketahanannya, suku cadang yang lebih luas tersebar di beberapa wilayah, dan bisa membuat konsumen merasa mempunyai kebanggan terhadap merek sepeda motor yang digunakan. Agar dapat bersaing lebih baik lagi dan bisa menjadi satu-satunya merek sepeda motor yang melekat dibenak konsumen. Dengan demikian, apabila keinginan konsumen telah terpenuhi dan sesuai dengan harapan konsumen sebelumnya, maka konsumen akan merasa puas terhadap sepeda motor yang digunakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- toriansyah Nanda. (2012). *Perbedaan kepuasan konsumen terhadap merek sepeda motor Honda dan Yamaha di kecamatan jayaloka kabupaten musi rawas sumatera selatan.*
- san, M Iqbal. (2008a). *Pokok-pokok materi statistik 1 (statistik deskriptif)* Edisi kedua cetakan kelima. Jakarta: Bumi Aksara.
- an, M Iqbal. (2008b). *Pokok-pokok materi statistik 2 (statistik inferenstif)* Edisi kedua cetakan kelima. Jakarta: Bumi Aksara.
- ler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 jilid 1. Alih Bahasa Bob Sabran M.M. Jakarta: Erlangga.
- omto Ingg. (2011). *Tingkat kepuasan konsumen terhadap motor Honda dan Yamaha di Bandung.*
- gram Strata 1. (2016). *Pedoman penulisan usulan penelitian dan skripsi*, cetakan ke-5. Palembang: Fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah Palembang.
- yono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* cetakan ke-17. Bandung: Alfabeta.
- tono Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga Yogyakarta: Andi.
- r Ahmad. (2009). *Tingkat kepuasan konsumen terhadap motor Yamaha dan Honda di Semarang.*

Hasil tabulasi kuesioner yang diberikan kepada 190 responden

PONDEN	J.K	JURUSAN	P.M.S. Motor	Kepuasan Konsumen					TOTAL	RATA-RATA
				Irit BBM	Desain Body	Suku Cadang	Ketahanan Mesin	Kebanggaan thp Merk		
1	1	1	1	3	3	3	3	3	15	3
2	1	1	1	3	3	3	2	3	14	3
3	1	1	1	3	3	3	3	2	14	3
4	2	1	2	3	3	2	2	3	13	3
5	2	1	2	3	3	3	2	2	13	3
6	1	1	2	3	2	3	2	2	12	2
7	2	1	2	2	3	3	2	3	13	3
8	2	1	2	2	3	2	2	3	12	2
9	2	1	1	3	3	3	3	3	15	3
10	1	1	1	3	3	3	3	3	15	3
11	1	1	2	3	2	3	3	3	14	3
12	1	1	2	2	3	3	3	3	14	3
13	2	1	2	2	2	1	2	1	8	2
14	2	1	1	2	2	2	3	3	12	2
15	1	1	2	2	3	2	2	3	12	2
16	1	1	2	3	3	3	2	3	14	3
17	2	1	2	3	3	3	2	3	14	3
18	1	1	1	2	3	3	3	3	14	3
19	2	1	1	3	3	3	3	2	14	3
20	2	1	2	3	2	3	2	3	13	3
21	2	1	2	3	3	2	2	3	13	3
22	1	1	2	2	2	3	2	2	11	2
23	1	1	1	3	2	2	3	3	13	3
24	2	1	1	3	3	3	2	2	13	3
25	2	1	2	3	2	3	2	3	13	3
26	1	1	2	2	1	2	1	1	7	1
27	1	1	2	3	2	3	1	2	11	2
28	2	1	2	3	3	3	3	3	15	3
29	1	1	2	2	3	3	3	2	13	3
30	1	1	2	3	2	3	1	2	11	2
31	2	1	2	2	3	2	2	3	12	2
32	2	1	2	2	3	2	1	2	10	2
33	2	1	1	3	3	3	2	2	13	3
34	1	1	2	3	3	2	3	2	13	3
35	1	1	2	3	2	1	1	2	9	2
36	1	1	2	2	1	2	3	2	10	2
37	2	1	1	2	3	3	3	3	14	3





122	2	2	2	2	2	3	2	2	11	2
123	1	2	2	3	3	2	2	2	12	2
124	2	2	1	3	3	2	3	3	14	3
125	2	2	2	2	2	3	2	3	12	2
126	2	2	2	2	3	3	3	3	14	3
127	2	2	2	3	3	2	3	3	14	3
128	1	2	1	2	3	2	2	2	11	2
129	1	2	2	2	3	2	3	3	13	3
130	1	2	2	2	2	2	2	3	11	2
131	2	2	2	2	3	2	2	3	12	2
132	2	2	1	3	3	2	3	3	14	3
133	2	2	2	3	2	3	2	2	12	2
134	2	2	1	3	3	3	3	3	15	3
135	2	2	1	2	3	2	2	2	11	2
136	1	2	1	3	2	2	2	3	12	2
137	2	2	1	3	3	2	3	2	13	3
138	2	2	1	3	2	2	2	3	12	2
139	2	2	2	3	3	3	3	3	15	3
140	2	2	2	2	3	3	3	2	13	3
141	2	2	2	2	2	2	2	2	10	2
142	2	2	2	2	3	2	2	3	12	2
143	2	2	1	2	3	2	3	3	13	3
144	2	2	1	2	3	2	2	1	10	2
145	2	2	2	3	3	3	3	3	15	3
146	2	2	2	2	3	3	2	3	13	3
147	1	2	2	3	3	2	3	3	14	3
148	1	2	1	2	3	3	3	3	14	3
149	2	2	1	2	3	2	2	3	12	2
150	1	2	1	2	3	2	3	3	13	3
151	1	2	2	2	2	3	3	3	13	3
152	1	2	2	2	3	2	2	3	12	2
153	1	2	2	3	2	3	3	3	14	3
154	2	2	2	3	3	2	2	3	13	3
155	1	2	2	2	2	2	1	1	8	2
156	2	2	1	3	3	2	3	2	13	3
157	2	2	1	2	3	2	2	3	12	2
158	1	2	2	2	3	3	1	2	11	2
159	2	2	1	3	3	3	3	2	14	3
160	1	2	1	3	3	2	3	2	13	3
161	2	2	2	3	2	2	3	2	12	2
162	2	2	2	1	2	2	2	2	9	2
163	2	2	2	3	3	3	2	3	14	3

164	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	10	2
165	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	14	3
166	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3	13	3
167	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2	3	12	2
168	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3	13	3
169	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3	13	3
170	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	2	12	2
171	1	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3	12	2
172	1	2	2	3	1	3	2	2	2	3	3	12	2
173	1	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	14	3
174	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	12	2
175	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3	13	3
176	2	2	2	3	3	3	1	2	1	2	2	13	3
177	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	13	3
178	2	2	2	3	1	3	2	2	2	3	3	11	2
179	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	15	3
180	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	3	12	2
181	1	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3	13	3
182	2	2	2	3	3	3	1	2	1	2	3	15	3
183	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	15	3
184	2	2	2	3	3	3	1	2	1	2	3	15	3
185	2	2	2	3	2	3	1	2	1	2	3	13	3
186	1	2	2	3	2	3	1	2	1	2	2	13	3
187	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	13	3
188	2	2	2	3	2	3	1	2	2	3	3	13	3
189	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	12	2
190	1	2	2	3	3	3	1	2	2	3	3	15	3

Hasil Analisis data dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 16

*Crosstabs*  
*Case Processing Summary*

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
rk Kendaraan * Irit BBM	190	100.0%	0	.0%	190	100.0%
rk Kendaraan * Desain Body	190	100.0%	0	.0%	190	100.0%
rk Kendaraan * Suku Cadang	190	100.0%	0	.0%	190	100.0%
rk Kendaraan * daya tahan Mesin	190	100.0%	0	.0%	190	100.0%
rk Kendaraan * Kebanggaan thp Merk	190	100.0%	0	.0%	190	100.0%

1. Merk Kendaraan \* Irit BBM

*Crosstab*

			Irit BBM			Total
			Tidak Memuaskan	Netral	Memuaskan	
k daraan	Honda	Count	1	37	57	95
		Expected Count	1.5	44.5	49.0	95.0
		% within Merk Kendaraan	1.1%	38.9%	60.0%	100.0%
	Yamaha	Count	2	52	41	95
		Expected Count	1.5	44.5	49.0	95.0
		% within Merk Kendaraan	2.1%	54.7%	43.2%	100.0%
l		Count	3	89	98	190
		Expected Count	3.0	89.0	98.0	190.0
		% within Merk Kendaraan	1.6%	46.8%	51.6%	100.0%

*Chi-Square Tests*

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
son Chi-Square	5.474 <sup>a</sup>	2	.065
likelihood Ratio	5.504	2	.064
ar-by-Linear ciation	5.373	1	.020
Valid Cases	190		

ells (33.3%) have expected count less than 5. The num expected count is 1.50.

## 2. Merk Kendaraan \* Desain Body

*Crosstab*

			Desain Body			Total
			Tidak Memuaskan	Netral	Memuaskan	
Merk Kendaraan	Honda	<i>Count</i>	0	26	69	95
		<i>Expected Count</i>	3.5	28.5	63.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	.0%	27.4%	72.6%	100.0%
	Yamaha	<i>Count</i>	7	31	57	95
		<i>Expected Count</i>	3.5	28.5	63.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	7.4%	32.6%	60.0%	100.0%
Total	<i>Count</i>	7	57	126	190	
	<i>Expected Count</i>	7.0	57.0	126.0	190.0	
	<i>% within Merk Kendaraan</i>	3.7%	30.0%	66.3%	100.0%	

*Chi-Square Tests*

	<i>Value</i>	<i>df</i>	<i>Asymp. Sig. (2-sided)</i>
<i>Pearson Chi-Square</i>	8.581 <sup>a</sup>	2	.014
<i>Likelihood Ratio</i>	11.288	2	.004
<i>Fisher's Exact Test</i>	6.142	1	.013
<i>N of Valid Cases</i>	190		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.50.

**Merk Kendaraan \* Suku Cadang**

*Crosstab*

			Suku Cadang			Total
			Tidak Memuaskan	Netral	Memuaskan	
Merk Kendaraan	Honda	<i>Count</i>	2	56	37	95
		<i>Expected Count</i>	3.0	49.0	43.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	2.1%	58.9%	38.9%	100.0%
	Yamaha	<i>Count</i>	4	42	49	95
		<i>Expected Count</i>	3.0	49.0	43.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	4.2%	44.2%	51.6%	100.0%
Total	<i>Count</i>	6	98	86	190	
	<i>Expected Count</i>	6.0	98.0	86.0	190.0	
	<i>% within Merk Kendaraan</i>	3.2%	51.6%	45.3%	100.0%	

*Chi-Square Tests*

	<i>Value</i>	<i>df</i>	<i>Asymp. Sig. (2-sided)</i>
<i>Pearson Chi-Square</i>	4.341 <sup>a</sup>	2	.114
<i>Likelihood Ratio</i>	4.366	2	.113
<i>Fisher-by-Linear Association</i>	1.706	1	.192
<i>Valid Cases</i>	190		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.00.

#### 4. Merk Kendaraan \* daya tahan mesin

*Crosstab*

			Ketahanan Mesin			Total
			Tidak Memuaskan	Netral	Memuaskan	
Merk Kendaraan	Honda	<i>Count</i>	2	34	59	95
		<i>Expected Count</i>	7.0	38.0	50.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	2.1%	35.8%	62.1%	100.0%
	Yamaha	<i>Count</i>	12	42	41	95
		<i>Expected Count</i>	7.0	38.0	50.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	12.6%	44.2%	43.2%	100.0%
Total	<i>Count</i>	14	76	100	190	
	<i>Expected Count</i>	14.0	76.0	100.0	190.0	
	<i>% within Merk Kendaraan</i>	7.4%	40.0%	52.6%	100.0%	

*Chi-Square Tests*

	<i>Value</i>	<i>Df</i>	<i>Asymp. Sig. (2-sided)</i>
<i>Pearson Chi-Square</i>	11.225 <sup>a</sup>	2	.004
<i>Likelihood Ratio</i>	12.026	2	.002
<i>Fisher's Exact Test</i>	10.388	1	.001
<i>N of Valid Cases</i>	190		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.00.

**5. Merk Kendaraan \* Kebanggaan terhadap merk**

*Crosstab*

			Kebanggaan thp Merk			Total
			Tidak Memuaskan	Netral	Memuaskan	
Merk Kendaraan	Honda	<i>Count</i>	3	40	52	95
		<i>Expected Count</i>	4.5	36.5	54.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	3.2%	42.1%	54.7%	100.0%
	Yamaha	<i>Count</i>	6	33	56	95
		<i>Expected Count</i>	4.5	36.5	54.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	6.3%	34.7%	58.9%	100.0%
Total	<i>Count</i>	9	73	108	190	
	<i>Expected Count</i>	9.0	73.0	108.0	190.0	
	<i>% within Merk Kendaraan</i>	4.7%	38.4%	56.8%	100.0%	

*Chi-Square Tests*

	<i>Value</i>	<i>df</i>	<i>Asymp. Sig. (2-sided)</i>
<i>Pearson Chi-Square</i>	1.819 <sup>a</sup>	2	.403
<i>Likelihood Ratio</i>	1.840	2	.399
<i>Near-by-Linear Association</i>	.015	1	.902
<i>Valid Cases</i>	190		

cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.50.

**Perbedaan Kepuasan Konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha secara Umum**

*Crosstabs  
Case Processing Summary*

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
merk Kendaraan * Kepuasan Konsumen	190	100.0%	0	.0%	190	100.0%

*Merk Kendaraan \* Kepuasan Konsumen Crosstabulation*

			Kepuasan Konsumen			Total
			Tidak Memuaskan	Netral	Memuaskan	
merk Kendaraan	Honda	<i>Count</i>	0	36	59	95
		<i>Expected Count</i>	.5	42.5	52.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	.0%	37.9%	62.1%	100.0%
	Yamaha	<i>Count</i>	1	49	45	95
		<i>Expected Count</i>	.5	42.5	52.0	95.0
		<i>% within Merk Kendaraan</i>	1.1%	51.6%	47.4%	100.0%
Total	<i>Count</i>	1	85	104	190	
	<i>Expected Count</i>	1.0	85.0	104.0	190.0	
	<i>% within Merk Kendaraan</i>	.5%	44.7%	54.7%	100.0%	

*Chi-Square Tests*

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
<i>Pearson Chi-Square</i>	4.873 <sup>a</sup>	2	.087
<i>Likelihood Ratio</i>	5.273	2	.072
<i>Near-by-Linear Association</i>	4.553	1	.033
<i>Valid Cases</i>	190		

cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .50.

*Symmetric Measures*

		<i>Value</i>	<i>Asymp. Std. Error<sup>a</sup></i>	<i>Approx. T<sup>b</sup></i>	<i>Approx. Sig.</i>
<i>erval by</i>	<i>Pearson's R</i>	-.155	.071	-2.154	.033 <sup>c</sup>
<i>dinal by</i>	<i>Spearman</i>	-.152	.072	-2.105	.037 <sup>c</sup>
<i>dinal</i>	<i>Correlation</i>				
<i>of Valid Cases</i>		190			

Not assuming the null hypothesis.

Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Based on normal approximation.

**frequencies**

Statistics

	JenisKelamin	Jurusan	MerkKendaraan
<i>Valid</i>	190	190	190
<i>Missing</i>	0	0	0
<i>Mean</i>	1.5579	1.4737	1.5000
<i>Median</i>	2.0000	1.0000	1.5000
<i>Mode</i>	2.00	1.00	1.00 <sup>a</sup>
<i>Standard Deviation</i>	.49795	.50063	.50132
<i>Variance</i>	.248	.251	.251
<i>Skewness</i>	-.235	.106	.000
<i>Error of Skewness</i>	.176	.176	.176
<i>Kurtosis</i>	-1.966	-2.010	-2.021
<i>Error of Kurtosis</i>	.351	.351	.351
<i>Minimum</i>	1.00	1.00	1.00
<i>Maximum</i>	2.00	2.00	2.00
<i>Sum</i>	296.00	280.00	285.00

Multiple modes exist. The smallest value is shown

*Frequency Table*

StatisticsKelamin

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>d</i> Laki-Laki	84	44.2	44.2	44.2
Perempuan	106	55.8	55.8	100.0
Total	190	100.0	100.0	

Jurusan

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i> Akuntansi	100	52.6	52.6	52.6
Manajemen	90	47.4	47.4	100.0
Total	190	100.0	100.0	

MerkKendaraan

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i> Honda	95	50.0	50.0	50.0
Yamaha	95	50.0	50.0	100.0
Total	190	100.0	100.0	

**Jurusan \* JenisKelamin Crosstabulation**

		JenisKelamin		Total
		laki-laki	perempuan	
Jurusan	Akuntansi	50	50	100
	Manajemen	34	56	90
Total		84	106	190

**KUESIONER**

Saya mohon bantuan dari rekan mahasiswa, kakak/adik untuk mengisi beberapa pernyataan yang ada dibawah ini. Saya hanya ingin mengetahui tingkat kepuasan pengguna sepeda motor Honda atau Yamaha . kuesioner ini saya keluarkan sebagai bahan untuk melakukan penelitian. Saya mohon bantuannya untuk dapat mengisi kuesioner ini dengan sejujur jujurnya dan selengkap lengkapnya, penelitian ini hanya bersifat ilmiah dan tidak untuk dipublikasikan. Tidak ada jawaban yang benar atau yang salah dalam penelitian ini, tetapi yang diperlukan adalah jawaban yang objektif sesuai dengan jawaban yang saudara/i pilih. Isilah dengan tanda  jika ada pilihan jawaban .

Isilah kuesioner ini dengan baik dan benar.

Terima Kasih

- 1. Jenis kelamin :  Laki – Laki  Perempuan
- 2. Jurusan :  Akuntansi  Manajemen
- 3. Pernah memakai sepeda motor :  Honda  Yamaha

No	Pernyataan	Honda			Yamaha		
		Memuaskan	Netral	Tidak Memuaskan	Memuaskan	Netral	Tidak Memuaskan
1	Keiritan bahan bakar sepeda motor						
2	Desain body sepeda motor						
3	Suku cadang sepeda motor						
4	Ketahanan mesin sepeda motor						
5	Kebanggaan terhadap merek sepeda motor						



UNIVERSITAS PGRI PALEMBANG

Jl.Jend. A.Yani Lrg. Gotong Royong 9/10 ulu Palembang

Telp.0711-510043 Fax.0711-514782 email : admin@univpgri-palembang.ac.id

Palembang, 15 November 2016

Kepada Yth.

Nomor : 435/E.16/LPPKMK/Univ.PGRI/2016

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Sifat : Penting

Universitas Muhammadiyah Plg

Hal : Izin Penelitian Mahasiswa

di-

Tempat

Dengan hormat,

Menindaklanjuti surat Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, tanggal 7 November 2016 Nomor: 924/H-5/FEB-UMP/XI/2016 tentang permohonan izin penelitian untuk skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, atas nama:

Nama : Fika Anggerina

NIM : 21 2013 389

Program Studi : Manajemen

Pada prinsipnya kami tidak berkeberatan mahasiswa yang bersangkutan melakukan penelitian dan pengambilan data di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang. Selama data tersebut tidak bersifat rahasia. Diharapkan setelah selesai melakukan penelitian harap melaporkan hasil penelitian ke LPPKMK Universitas PGRI Palembang.

Demikian surat izin disampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.



Kepala LPPKMK,

Drs. Magdad Hatim, M.Hum.



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

AKREDITASI  
 INSTITUSI PERGURUAN TINGGI  
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)  
 PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)  
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN (D3)

Nomor : 027 /SK/BAN-PT/Akred /PT/ I / 2014 (B)  
 Nomor : 044 /SK/BAN-PT/Akred /S/ I / 2014 (B)  
 Nomor : 1262 /SK/BAN-PT/Akred/S/XII/ 2015 (B)  
 Nomor : 771 /SK/BAN-PT/Akred/Dpi-III/VII/ 2015 (B)

www.umpalembang.ac.id

Email : febumpig@umpalembang.ac.id

Alamat : Jalan Jendral Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263 Telp. (0711)511433 Faximile (0711)518018



**LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Hari/Tanggal : Selasa, 28 Februari 2017  
 Waktu : 08.00 – 12.00  
 NAMA : FIKA ANGGERINA  
 NIM : 21 2013 389  
 Jurusan : Manajemen  
 Bidang Skripsi : Pemasaran  
 Judul : PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP SEPEDA MOTOR HONDA DAN YAMAHA DIKALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PGRI PALEMBANG

**TELAH DIPERBAIKI DAN DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI DAN PEMBIMBING SKRIPSI DAN DIPERKENANKAN UNTUK MENGIKUTI WISUDA**

NO	NAMA DOSEN	JABATAN	TANGGAL PERSETUJUAN	TANDA TANGAN
1.	DR. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M	Pembimbing	02 Maret 2017	
2.	DR. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M	Ketua Penguji	02 Maret 2017	
3.	Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M	Penguji I	02 Maret 2017	
4.	Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si	Penguji II	09 Maret 2017	

Palembang, Maret 2017



Mengetahui  
 u.b. Ketua Program Studi Manajemen

**Hj. MAFTUHAH NURRAHMI, S.E., M.Si**  
 NIDN : 0216057001



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

### KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

MA MAHASISWA : <b>Fika Anggerina</b>	PEMBIMBING
NIPT : <b>21 2013 389</b>	KETUA <b>Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M., DR</b>
PROGRAM STUDI : <b>Manajemen</b>	ANGGOTA :
JUDUL SKRIPSI : <b>PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP SEPEDA MOTOR HONDA DAN YAMAHA DIKALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PGRI PALEMBANG</b>	

TGL/BL/TH KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
		KETUA	ANGGOTA	
7-11-2016		[Signature]		Par II ditin
8-11-2016		[Signature]		Par III ditin
9-11-2016		[Signature]		Par IV ditin
11-11-2016		[Signature]		Par V ditin
12-11-2016		[Signature]		Par VI ditin
14-11-2016		[Signature]		Par VII ditin
16-11-2016		[Signature]		Par VIII ditin
17-11-2016		[Signature]		Par IX ditin
09-01-2017		[Signature]		Par X ditin
10-01-2017		[Signature]	[Signature]	Par XI ditin

TATAN :  
 Mahasiswa diberikan waktu menyelesaikan skripsi, 6 bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan

Dikeluarkan di : Palembang  
 Pada tanggal : 10 / 01 / 2017

**Hj. Maftahah Nurrahmi, S.E., M.Si**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

*Unggul dan Islami*



# Sertifikat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

DIBERIKAN KEPADA :

NAMA : FIKA ANGGERINA  
NIM : 212013389  
PROGRAM STUDI : Manajemen

Yang dinyatakan HAFAL / TAHFIDZ (25) Surat Juz Amma  
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Palembang, 2016, الإثنين, 26 سبتمبر  
an. Dekan



Wakil Dekan IV

**Purnahsyah Ariadi, S.Ag.,M.Hum**  
NBM/NDN : 731454/0215126902

# DAFTAR NILAI

NAMA : FIKA ANGERINA  
NIM : 212013389

NO	NAMA SURAT	TAHFIDZ	FASIKH	TAJWID	JUMLAH
1	AL-ASHR	60	10	15	85
2	AL-HUMAZAH	60	10	15	85
3	AL-FIIL	60	10	10	80
4	QURAI SY	60	10	10	80
5	AL-MA'UN	60	10	10	80
6	AL-KAUTSAR	60	20	10	90
7	AL-KAFIRUN	60	20	10	90
8	AN-NASHR	60	20	20	100
9	AL-LAHAB	60	20	20	100
10	AL-IKHLAS	60	20	20	100
11	AL-FALAQ	60	20	20	100
12	AN-NAS	60	20	20	100
13	AL-BALAD	10	60	10	80
14	AL-SYAMS	10	60	10	80
15	AL-LAIL	10	60	10	80
16	AL-BAIYINAH	10	60	10	80
17	AL-ZALZALAH	10	60	10	80
18	AL-ADIYAH	10	60	10	80
19	AL-QAR'AH	10	60	10	80
20	AL-TAKATSUR	10	60	10	80
21	AD-DHUHA	10	60	10	80
22	AL-INSYIRAH	10	60	10	80
23	AL-TIIN	10	60	10	80
24	AL-ALAQ	10	60	10	80
25	AL-QADAR	10	60	10	80



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
LEMBAGA BAHASA

Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263

Telp. (0711) 512637 - Fax. (0711) 512637

email. lembagabahasaump@yahoo.co.id



TEST OF ENGLISH ABILITY SCORE RECORD

Name : Fika Anggerina  
Place/Date of Birth : Pandan Agung, February 28th 1995  
Test Times Taken : +3  
Test Date : February, 03rd 2017

Scaled Score

Listening Comprehension : 43  
Structure Grammar : 39  
Reading Comprehension : 38  
OVERALL SCORE : 400

Palembang, February, 08th 2017  
Chairperson of Language Institute

Rini Susanti, S.Pd., M.A

No. 396/TEA FE/LB/UMP/II/2017

NBM/NIDN. 1164932/0210098402

123 certificates



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**  
STATUS TERAKREDITASI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PIA Q A M**

No. 118/H-4/LPKKN/UMP/XI/2016

Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang menerangkan bahwa:

Nama : FIKA ANGGERINA  
Nomor Pokok Mahasiswa : 212013389  
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS  
Tempat Tgl. Lahir : PANDAN AGUNG, 28-02-1995

telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata Tematik Posdaya Angkatan ke-11 yang dilaksanakan dari tanggal 20 Juli sampai dengan 3 September 2016 bertempat di:

Kelurahan/Desa : TANJUNG ATAP BARAT  
Kecamatan : TANJUNG BATU  
Kota/Kabupaten : OGAN ILIR  
Dinyatakan : Lulus

Palembang, 17 September 2016

Rektor,



**Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M.**  
NBM/NIDN. 743462/0230106301



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
LABORATORIUM KOMPUTER



# SERTIFIKAT

Nomor : 418/PAK / LAB.. FE UMP/VIII/ 2015

**Diberikan Kepada :**

**N a m a** : FIKA ANGERINA

**N i m** : 212013389

**Tempat Lahir** : PANDAN AGUNG

**Tanggal Lahir** : 28 FEBRUARI 1995

**Nilai** : 

85	A	SANGAT MEMUASKAN
----	---	------------------

**Peserta Pelatihan Komputer Windows, Microsoft Word dan Microsoft Excel yang dilaksanakan dari bulan Maret 2015 sampai dengan bulan Juni 2015 (14 Kali: 28 Jam) bertepatan di Laboratorium Komputer Fakultas Universitas Muhammadiyah Palembang.**



Palembang, Agustus 2015

Dekan

Fauzi Ridwan, SE., MM





# SERTIFIKAT

Nomor : 323 /PAK / LAB.. FE UMP /VIII/ 2016

**Diberikan Kepada :**

**N a m a** : FIKA ANGGERINA

**N i m** : 212013389

**Tempat Lahir** : PANDAN AGUNG

**Tanggal Lahir** : 28 FEBRUARI 1995

**Nilai** : 

85	A	SANGAT MEMUASKAN
----	---	------------------

Peserta Pelatihan APLIKASI KOMPUTER DALAM BISNIS yang dilaksanakan dari bulan Maret 2016 sampai dengan bulan Juli 2016 (14 Kali: 28 Jam) bertempat di Laboratorium Komputer Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.



Palembang, Agustus 2016

Dekan:

Fauz Ridwan, SE., MM

**SURAT KETERANGAN**  
No. 005/ Abstract/LB/UMP/I/2017

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : SHERLY MARLIASARI, S.Pd., M.Pd.  
Status : Dosen FKIP UMP Program Studi Bahasa Inggris  
NIDN : 0207098503  
Alamat : Jl. Perumnas OPI Jl. Maluku 1 Blok E8 Palembang  
No. Telpon : 08526777793

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa dengan:

Nama : Fika Anggerina  
NIM : 212013389  
Judul skripsi : Perbedaan kepuasan Konsumen Terhadap Sepeda Motor Honda dan Yamaha Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang

telah dikoreksi terjemahan abstraknya sehingga telah memenuhi kriteria penulisan abstrak dalam Bahasa Inggris.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 19 Januari 2016



Sherly Marliasari, S.Pd., M.Pd.

**BIODATA PENULIS**



Nama : Fika Anggerina

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat, Tanggal Lahir : Pandan Agung, 28 Februari 1995

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Alamat : Desa Pandan Agung Kec. Md Sk II Kab. OKU Timur

**Pendidikan Formal**

No	Pendidikan	Jurusan	Tempat
1.	SD N 1	-	Pandan Agung
2.	SMP N 1	-	Pandan Agung
3.	SMA N 1	IPA	Kota Negara

# PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP SEPEDA MOTOR HONDA DAN YAMAHA DIKALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PGRI PALEMBANG

Fika Anggerina  
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang  
fikaanggerina28@gmail.com

## ABSTRACT

*Fika Anggerina / 21 2013 389/ 2017 / The difference in customer satisfaction Against Honda and Yamaha motorcycle among the students of the Economic Faculty of University PGRI Palembang / marketing management.*

*The formulation of the problem in this research, are there any difference in customer satisfaction against between Honda and Yamaha motorcycle among the students of Economic Faculty of university PGRI Palembang? The goal in this research is to know the difference in customer satisfaction against between Honda and Yamaha motorcycle among the students of the Faculty of Economics University PGRI Palembang. This type of research using this type of comparative research. The variable in this study was consumer satisfaction with 5 sub variables. The number of samples as much as 190 respondents is a student of economic faculty of university PGRI Palembang ever used motorcycles Honda and Yamaha. The data used in this research is the primary data. Method of data collection in this research is the use of questionnaires which are the answers of respondents from the given statement. Analytical techniques used was chi-quadratic formula.*

*The results showed that the existence of differences of consumer satisfaction against honda and yamaha motorcycle among the students of the Faculty of Economics University PGRI Palembang with the highest probability of Asymp. His SIG is  $0.087 < 0.10$ , then  $H_1$  and  $H_0$  accepted and rejected.*

**Keyword : customer satisfaction**

## ABSTRAK

Fika Anggerina / 21 2013 389 / 2017 / Perbedaan kepuasan Konsumen Terhadap Sepeda Motor Honda dan Yamaha Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang / manajemen pemasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor honda dan yamaha dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang ?. tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor honda dan yamaha dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian komparatif. Variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan

konsumen dengan 5 sub variabel. Jumlah sampel sebanyak 190 responden merupakan mahasiswa fakultas ekonomi universitas PGRI Palembang yang pernah menggunakan sepeda motor Honda dan Yamaha. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang merupakan jawaban responden dari pernyataan yang diberikan. Teknik analisis yang digunakan adalah rumus *chi-kuadrat*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor honda dan yamaha dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang dengan nilai probabilitas Asymp. Sig-nya adalah  $0.087 < 0.10$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

**Kata kunci : Kepuasan Konsumen**

## **I. PENDAHULUAN**

Pasar otomotif termasuk salah satu pasar yang berkepentingan dengan kepuasan konsumen. Industri otomotif sangat pesat tumbuh menjadi daya tarik yang hebat, karena produsen otomotif bersaing mengeluarkan produk yang berkualitas, terjangkau, serta desain produk yang menarik. Industri otomotif saat ini sangat pesat karena pihak produsen mempermudah konsumen dalam membeli kendaraan sepeda motor dengan memberikan kemudahan dengan cara kredit atau *cash*. Beberapa pendapat mengenai definisi kepuasan konsumen, diantaranya (Tjiptono,2008:24) Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan konsumen sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian menyangkut kinerja produk relatif bagus atau tidak, dan apakah produk yang bersangkutan memiliki kecocokan dengan tujuan atau pemakaiannya (Tjiptono,2008:127).

Kendaraan sepeda motor saat ini berlomba maju dari konsumen menengah hingga keatas. Sehingga tidak dipungkiri lagi industri sepeda motor saat ini bisa dijadikan investasi masa depan. Sepeda motor

merupakan kendaraan beroda dua yang ditenagai oleh sebuah mesin, dan sepeda motor sebagai kebutuhan yang mendasar bagi sebagian masyarakat. Bisnis produk sepeda motor saat ini menunjukkan suatu fenomena yang cukup menarik. Fakta memperlihatkan penjualan sepeda motor terus meningkat karena kebutuhan konsumen akan kendaraan khususnya kendaraan sepeda motor seperti tidak dapat dipisahkan lagi. Kondisi ini membuat produsen semakin meningkatkan inovasi dengan mengeluarkan produk – produk baru untuk meningkatkan penguasaan pasar. Persaingan bisnis yang semakin pesat sekarang ini mengakibatkan merek-merek baru bermunculan dan berusaha merebut pasar merek-merek yang sudah ada terlebih dahulu. Merek bukanlah sekedar nama dan simbol saja, merek menjadi suatu pembeda antara produk satu dengan produk lainnya di antara komoditas yang ada. Perang teknologi antara produsen motor pun tak dapat dihindarkan, karena masing-masing perusahaan berusaha memberikan layanan yang terbaik bagi setiap pelanggannya dan menyediakan nilai yang lebih dari pesaingnya serta produk yang dihasilkannya dapat sukses dipasaran serta dinyatakan sebagai produk yang berhasil bersaing di pasar. Keberhasilan produk yang didapatkan dapat diwujudkan dengan mengenali segmen pasar yang akan dituju sebagai tujuan pangsa pasar. Yang dimana pembagian segmen itu menjadikan suatu produk dapat sejalan dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai konsumen.

Honda dan Yamaha sebagai salah satu perusahaan pemegang produk sepeda motor terbesar di Indonesia yang menghasilkan produk sepeda motor yang memberikan kecepatan, kenikmatan, keiritan, dan kenyamanan dalam berkendara sepeda motor yang lebih baik daripada pesaingnya. Didukung pula dengan berbagai fitur serta bervariasi produknya termasuk produk sepeda motor Honda dan Yamaha keluarkan. Hampir setiap keluarga memiliki sepeda motor, karena sepeda motor merupakan kendaraan paling

utama yang ingin dimiliki setiap manusia yang sudah mampu mengendarainya untuk memenuhi kebutuhan sehari - hari. Sepeda motor Honda dan Yamaha selalu mengeluarkan produk yang inovatif dan banyak konsumen yang menyukai produk Honda dan Yamaha ini dikarenakan lebih trendi serta bervariasi motif serta tampilannya. Tidak ada perusahaan yang tidak menginginkan mereknya sukses dipasaran, Begitu juga Honda dan Yamaha dalam memproduksi sepeda motornya.

Fenomena yang terjadi sekarang ini, Terlihat di parkir mahasiswa dan mahasiswi universitas PGRI Palembang sepeda motor yang terparkir di dominasi oleh sepeda motor merek Honda dan Yamaha. Di jalan raya pun terlihat sepeda motor yang melintasi jalan raya juga di dominasi oleh sepeda motor merek Honda dan Yamaha. Sehingga tidak dapat di pungkiri Honda dan Yamaha sudah sangat populer di Negara Indonesia. Persaingan otomotif yang paling bersaing adalah Honda VS Yamaha. Karena mereka adalah *market leader* nya dunia otomotif motor. Ada yang mengatakan Honda yang terbaik, ada juga yang mengatakan Yamaha yang terbaik. Maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha dikalangan mahasiswa fakultas ekonomi universitas PGRI Palembang.

## **II. KAJIAN PUSTAKA**

### **II. 1 Penelitian Sebelumnya**

Ahmad Yasir, pada tahun (2009), berjudul Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Motor Yamaha dan Honda di Semarang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap motor Yamaha dan Honda di Semarang. Jenis penelitian menggunakan Komparatif. Data yang digunakan yaitu data Primer, Variabel yang digunakan yaitu

Variabel statistik dengan indikator kualitas, harga, promosi dan penjualan. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan terbagi 2 responden Yamaha dan Honda. Metode pengumpulan data yang digunakan wawancara dan kuisioner. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji t dengan hasil Yamaha 40,84% puas, Honda 30,16% puas dan 29% Netral. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah motor Yamaha masih unggul dan puas dimata konsumen daripada motor Honda dilihat dari hasil tehnik analisis tersebut.

Ingga Lukomto, pada tahun (2011) berjudul Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Motor Honda Dan Yamaha di Bandung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah konsumen puas dengan motor Honda dan Yamaha. Jenis penelitian menggunakan komparatif. Data yang digunakan yaitu primer. Variabel yang digunakan yaitu variabel statistik. Metode pengumpulan data yang digunakan wawancara dan kuisioner. Indikator yang digunakan yaitu referensi, kelas sosial, kebudayaan, gaya hidup dan pribadi. Jumlah sampel 100 Orang, tehnik analisis yang digunakan yaitu tehnik analisis data dan uji reabilitas. Kesimpulan dari penelitian ini adalah konsumen belum merasa puasa dengan kualitas motor Honda yang hanya mengandalkan irit bbm saja sehingga variabel kualitas dan harga belum bisa mempengaruhi kualitas motor Honda di Bandung.

Nanda Aktoriansyah, pada tahun (2012) berjudul Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Merek Sepeda Motor Honda dan Yamaha di Kecamatan Jayaloka Kabupaten Musi Rawas Sumatera Selatan. Rumusan masalahnya adalah bagaimana perbedaan kepuasan konsumen terhadap merek sepeda motor Honda dan Yamaha di kecamatan jayaloka kabupaten musu rawas sumatera selatan. Jenis penelitian ini yaitu penelitian komparatif, indikator yang digunakan yaitu daya tahan mesin, desain menarik, banyak pilihan warna, suku cadang banyak, hemat BBM dan kebanggaan terhadap

merek. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan rumus *Fishbein Attitude*. Proses pengambilan sampelnya yaitu dengan sampel *Nonprobabilitas* sebanyak 100 orang dengan cara menyebarkan kuesioner. Hasil penelitian yang dilakukan tidak terdapat perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor merek Honda dan Yamaha di Kecamatan Jayaloka Kabupaten Musi Rawas Sumatera Selatan karena  $F_{0,05}(5:6)=4,39$ .

## II. 2 Landasan Teori

Berikut ini Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap suatu produk (Fandy Tjiptono,2008), yaitu:

### a. Kinerja (*performance*)

Yaitu karakteristik pokok dari produk inti (*Core Product*) yang dibeli. Misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi dan sebagainya.

### b. Keistimewaan tambahan (*Features*)

Yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap. Misalnya kelengkapan *interior* dan kelengkapan *eksterior*.

### c. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai. Misalnya motor tidak sering macet dan rusak.

### d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*)

Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan sudah terpenuhi.

e. Daya tahan (*durability*)

Yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan motor.

f. *Serviceability*

Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.

g. Estetika (*Asthetic*)

Yaitu daya tarik produk terhadap panca indra. Misalnya bentuk *body* motor yang menarik, model atau desain yang artistik, warna, dan sebagainya.

h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

Yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut/ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun Negara pembuatnya.

Faktor-faktor kepuasan konsumen diatas, dapat diketahui apakah konsumen akan puas dengan produk yang dirasakan.

Kotler, (2007) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

- a. Loyal terhadap produk konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.
- b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.

- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

### II. 3 Hipotesis

Adanya perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha dikalangan mahasiswa fakultas ekonomi universitas PGRI Palembang.

## III. METODE PENELITIAN

### III. 1 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan dilokasi Universitas PGRI Palembang Jl. Jendral Ahmad Yani Lorong Gotong Royong 9/10, Ulu Darat, Palembang Sumatera Selatan.

### III. 2 Variabel

Penelitian ini merupakan penelitian komparatif, dimana membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada sampel yang berbeda. Dalam hal ini peneliti membandingkan variabel kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha dikalangan mahasiswa fakultas ekonomi universitas PGRI Palembang. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data yang berhubungan dengan indikator-indikator yang digunakan, Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah Desain body, Suku cadang, Daya tahan mesin, Hemat bahan bakar, Kebanggaan terhadap merek.

### III. 3 Populasi dan Sampel

Populasi yang diketahui jumlahnya sebanyak 628 mahasiswa fakultas ekonomi universitas PGRI Palembang. Menurut Sugiyono (2012:86-87), dari tabel penentuan jumlah sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya, dikembangkan dari *Isaac* dan *Michael*, untuk tingkat kesalahan, 10%, maka

Jika probabilitas  $\geq 0.10$  maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas  $< 0.10$  maka  $H_0$  ditolak.

Keputusannya adalah :

Jika kolom Asymp Sig menunjukkan nilai probabilitas. Apabila nilai Sig-nya lebih kecil dari 0.10, maka  $H_0$  ditolak yang menunjukkan bahwa adanya perbedaan kepuasan konsumen sepeda motor Honda dengan kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha. Apabila nilai Sig-nya lebih besar dari 0.10, maka  $H_0$  diterima yang menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan kepuasan konsumen sepeda motor Honda dengan kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha.

Tabel 1  
Hasil Pengujian

<b>Chi-Square Tests tiap-tiap indicator</b>	<b>Pengujian hipotesis</b>	<b>Hasil</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Pearson Chi-Square Tests</i> (desain body)	Adanya perbedaan kepuasan konsumen	0,014 < 0,10	$H_0$ ditolak, yang menunjukkan adanya perbedaan kepuasan konsumen
<i>Pearson Chi-Square Tests</i> (hemat bahan bakar)	Adanya perbedaan kepuasan konsumen	0,065 < 0,10	$H_0$ ditolak, yang menunjukkan adanya perbedaan kepuasan konsumen
<i>Pearson Chi-Square Tests</i> (daya tahan mesin)	Adanya perbedaan kepuasan konsumen	0,004 < 0,10	$H_0$ ditolak, yang menunjukkan adanya perbedaan kepuasan konsumen
<i>Pearson Chi-Square Tests</i> (suku cadang)	Adanya perbedaan kepuasan konsumen	0,114 $\geq$ 0,10	$H_0$ diterima, yang menunjukkan tidak ada perbedaan kepuasan konsumen
<i>Pearson Chi-Square Tests</i> (Kebanggaan terhadap Merk)	Adanya perbedaan kepuasan konsumen	0,403 $\geq$ 0,10	$H_0$ diterima, yang menunjukkan tidak ada perbedaan kepuasan konsumen

<b>Pearson Chi-Square Tests (secara umum)</b>	<b>Adanya perbedaan kepuasan konsumen</b>	<b>0,087 &lt; 0,10</b>	<b><math>H_0</math> ditolak, yang menunjukkan adanya perbedaan kepuasan konsumen</b>
---	---	------------------------	--

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan telah dipaparkan sebelumnya, diperoleh hasil analisis yang dihitung menggunakan aplikasi computer SPSS versi 16, bahwa perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha dengan 5 indikator yaitu : Desain body, Hemat bahan bakar, Daya tahan mesin, Suku cadang, Kebanggaan terhadap merk. Dari kelima indikator tersebut, hasil analisis dari 3 indikator (Desain body, Hemat bahan bakar, Daya tahan mesin ) adalah adanya perbedaan kepuasan konsumen dan hasil analisis dari 2 indikator (Daya tahan mesin, Suku cadang) tidak ada perbedaan kepuasan konsumen. Secara umum diperoleh nilai Sig-nya adalah 0.087 yang berarti lebih kecil dari 0.10, maka  $H_0$  ditolak yang menunjukkan bahwa adanya perbedaan kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha dikalangan mahasiswa fakultas ekonomi universitas PGRI Palembang.

### V.2 Saran

Dari hasil penelitian tersebut, sebaiknya perusahaan otomotif sepeda motor meningkatkan lagi inovasi pada indikator yang diinginkan konsumen seperti memberikan desain body yang berbeda dari sebelumnya, lebih hemat bahan bakar, daya tahan mesin yang tidak diragukan lagi ketahanannya, suku cadang yang lebih luas tersebar di beberapa wilayah, dan bisa membuat konsumen merasa mempunyai kebanggaan terhadap merek sepeda motor yang digunakan. Agar dapat bersaing lebih baik lagi dan bisa menjadi satu-satunya merek sepeda motor yang melekat dibenak konsumen. Dengan demikian, apabila keinginan konsumen telah

terpenuhi dan sesuai dengan harapan konsumen sebelumnya, maka konsumen akan merasa puas terhadap sepeda motor yang digunakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aktoriansyah Nanda. (2012). *Perbedaan kepuasan konsumen terhadap merek sepeda motor Honda dan Yamaha di kecamatan jayaloka kabupaten musi rawas sumatera selatan.*
- Hasan, M Iqbal. (2008a). *Pokok-pokok materi statistik 1 (statistik deskriptif)* Edisi kedua cetakan kelima. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasan, M Iqbal. (2008b). *Pokok-pokok materi statistik 2 (statistik inferenstif)* Edisi kedua cetakan kelima. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 jilid 1. Alih Bahasa Bob Sabran M.M. Jakarta: Erlangga.
- Lukomto Ingga. (2011). *Tingkat kepuasan konsumen terhadap motor Honda dan Yamaha di Bandung.*
- Program Strata 1. (2016). *Pedoman penulisan usulan penelitian dan skripsi,* cetakan ke-5. Palembang: Fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah Palembang.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* cetakan ke-17. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran.* Edisi Ketiga Yogyakarta: Andi.
- Yasir Ahmad. (2009). *Tingkat kepuasan konsumen terhadap motor Yamaha dan Honda di Semarang.*