**FACTORS AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION YAMAHA MOTORCYCLE SALES CV. MAHKOTA**

**MOTOR PEKANBARU**

**Desi Sahroini**Under the guidance of : **Hardisem Syabrus** and **Fenny Trisnawati**

desi\_sahroini@yahoo.com, hardi\_545@yahoo.co.id, fenny\_try@yahoo.com

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau

Jl Bina Widya KM12,5 Pekanbaru

Unri.ac.id

***ABSTRACT***

*CV. Mahkota Motor Pekanbaru is one company engaged in the distribution and marketing of two-wheelers under the brand Yamaha . The diversity of price and the type presented by the company in order to compete in meeting consumer demand for motorcycles and make a decision to buy a motorcycle . To attract the attention of consumers , companies provide after sales service as genuine Yamaha parts . The company also provides convenience in terms of payment of the products sold by way of cash and credit. The purpose of this study was to determine and analyze whether the factors that affect customer satisfaction with the sales of Yamaha motorcycles in CV. Mahkota Motor Pekanbaru . The sample used in this study are all consumers CV. Mahkota Motor which still have dependents with as many as 60 companies . Data collection techniques using observation , documentation , and questionnaires . Analysis using quantitative descriptive method and linear regression. The results showed that the partial product and service quality significantly affect sales of Yamaha motorcycles in CV . Motor crown with a value of F = 3.349 and F table = 2.9113 so that the larger F value of F table and a significance value of F is 0.790 greater than the value of α of 0.05 .*

***Keywords : Quality of Products , Services , Sales***

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN SEPEDA MOTOR YAMAHA**

**PADA CV. MAHKOTA MOTOR PEKANBARU**

**Desi Sahroini**

Dibawah bimbingan : **Hardisem Syabrus** dan **Fenny Trisnawati**

desi\_sahroini@yahoo.com, hardi\_545@yahoo.co.id, fenny\_try@yahoo.com

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau

Jl Bina Widya KM12,5 Pekanbaru

Unri.ac.id

**ABSTRAK**

 CV Mahkota Motor Pekanbaru merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penyaluran dan pemasaran kendaraan roda dua dengan merek Yamaha. Keberagaman harga dan tipe disajikan oleh perusahaan agar mampu bersaing dalam memenuhi permintaan konsumen akan sepeda motor dan mengambil keputusan untuk membeli sepeda motor. Untuk menarik perhatian konsumen, perusahaan memberikan pelayanan purna jual seperti spare part asli Yamaha. Perusahaan ini juga memberikan kemudahan dalam hal pembayaran terhadap produk yang dijual yaitu dengan cara tunai dan cara kredit. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa apakah faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap penjualan sepeda motor Yamaha di CV. Mahkota Motor Pekanbaru. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen CV Mahkota Motor yang masih mempunyai tanggungan dengan perusahaan yaitu sebanyak 60 orang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi, dokumentasi, dan kuisioner. Teknik analisis data menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Mahkota Motor dengan nilai Fhitung = 3,349 dan Ftabel = 2,9113 sehingga Fhitung lebih besar dari Ftabel dan nilai signifikansi Fhitung adalah 0,790 lebih besar dari nilai α 0,05.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Pelayanan, Penjualan**

1. **PENDAHULUAN**

Keputusan pembelian dari sebuah produk ditentukan oleh berbagai faktor yang menyangkut kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen bergantung pada lima faktor variabel yaitu kualitas produk, harga yang ditetapkan, fasilitas/pelayanan yang diberikan, faktor emosional, serta biaya dan kemudahan. Konsumen yang sangat puas akan setia pada pemberi produk dan terus menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Konsumen juga tidak segan memberikan nilai positif dalam mengiklankan perusahaan tersebut kepada orang lain, bahkan tidak mempermasalahkan jika terjadi kenaikan harga atau munculnya pesaing lain. Dalam pembelian seorang konsumen setidaknya akan menilai dari kualitas produk, harga, dan pelayanan yang memberikan kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian.

Dalam persaingan antar merek setiap produk akan semakin tajam dan merebut konsumen untuk dapat mengenal, menciptakan dan mempertahankan pelanggan maka studi tentang prilaku konsumen perwujudan aktivitas manusia sangatlah penting. Prilaku konsumen (consumen behavior) memberikan wawasan dan pengetahuan tentang apa yang menjadi dasar konsumen itu suka berbelanja, siapa yang berperan dalam pembelian dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu barang.

CV. Mahkota Motor Pekanbaru sebagai salah satu perusahaan dalam bidang penjualan sepeda motor merek Yamaha telah memberikan alternatif pilihan harga yang dan tipe sepeda motor, namun bagi pihak konsumen atau pelanggan dalam prilaku pembeliannya tidaklah mudah untuk membeli secara langsung sebab konsumen dalam membuat keputusan pembelian memiliki banyak faktor yang mempengaruhi. Hal ini disebabkan karena kebutuhan seorang konsumen senantiasa akan terus bertambah dan terus berkembang baik dalam bentuk fisik, kualitas maupun atribut yang diinginkan atau dicari pada suatu produk. Bagi perusahaan yang berpusat pada konsumen, kepuasan konsumen merupakan tujuan dan sasaran pemasaran. Dewasa ini perusahaan harus lebih baik lagi memperhatikan tingkat kepuasan konsumennya.Seperti yang terjadi pada CV Mahkota Motor Pekanbaru, perusahaan selalu melakukan berbagai upaya untuk memaksimalkan kepuasan konsumennya. Upaya tersebut antara lain melalui media iklan, peningkatan kualitas pelayanan, pemberian hadiah kepada pelanggan serta mengetahui selera konsumen. Perusahaan menyadari bahwa faktor mutu atau manfaat dan promosi memegang peranan yang sangat penting dalam pembelian sepeda motor. Berdasarkan tabel data penjualan sepeda motor Yamaha di CV. Mahkota Motor Pekanbaru mulai dari tahun 2009 – 2012 terlihat adanya fluktuasi. Dari 526 transaksi penjualan di CV. Mahkota Motor Pekanbaru diketahui 80% melakukan transaksi penjualan secara kredit, dan sisanya adalah penjualan tunai. Berdasarkan latar belakang dan gejala di atas, penulis tertarik untuk melihat secara lebih spesifik lagi dan melakukan penelitian dengan judul **“Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru”.**

1. **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksankan di perusahaan penjualan sepeda motor merek Yamaha yaitu CV. Mahkota Motor. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen CV. Mahkota Motor yang masih mempunyai tanggungan dengan perusahaan atau membeli sepeda motor secara kredit yang berjumlah 147 orang konsumen. Dengan menggunakan teknik sampling jenuh, maka semua populasi atau seluruh konsumen dijadikan sampel penelitian. Dengan demikian jumlah sampel penelitian ini berjumlah 147 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran angket dan data sekunder yang merupakan konsep atau teori-teori yang dapat dipergunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang berasal dari literature dan buku-buku.

**Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Dalam hal ini, analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran tentang distribusi frekuensi, histogram data, modus, median, nilai rata-rata dan simpangan baku.

1. **Uji Persyaratan Analisis**
2. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menentukan normal tidaknya distribusi data penelitian. Uji normalitas data menggunakan teknik uji Kolmogorov–Smirnov (Santoso, 2010:80). Data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai probabilitas variabel tersebut diatas taraf signifikansi α=0,05.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, dan gejala autokorelasi.

1. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.
2. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).
3. **Uji Secara Simultan**

Untuk menguji hipotesis pertama digunakan pengujian statistik berikut:

1. Membandingkan Fhitung dengan Ftabel, yaitu apabila Fhitung lebih besar dari pada Ftabel (Fhitung > Ftabel) berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap variabel terikat, tetapi apabila Fhitung lebih kecil dari pada Ftabel (Fhitung < Ftabel) berarti variabel bebas tidak berpengaruh secara nyata terhadap terikat. Uji F ini menggunakan persamaan berikut (Hasan, 2002:118):

F = 

Dimana RKE = Rata-rata kuadrat regresi

 RKE = Rata-rata kuadrat residu

Hipotesis yang di uji adalah:

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan, variabel independen (kualitas produk, harga, dan pelayanan) terhadap variabel dependennya (penjualan) pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru.

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan, variabel independen (kualitas produk, harga, dan pelayanan) terhadap variabel dependennya (penjualan) pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru.

Dasar pengambilan keputusan:

Ho diterima : jika Fhitung < nilai Ftabel maka Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan, variabel independen (kualitas produk, harga, dan pelayanan) terhadap variabel dependennya (penjualan) pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru.

Ho ditolak : jika Fhitung > nilai Ftabel maka Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan, variabel independen (kualitas produk, harga, dan pelayanan) terhadap variabel dependennya (penjualan) pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru.

1. Besarnya koefisien determinasi (R2) terhadap variabel bebas. Syarat koefisien determinasi (R2) dikatakan kuat atau lemah apabila (R2) mendekati angka 1, maka berarti variasi perubahan variabel bebas dapat menjelaskan variasi perubahan variabel terikat, dan apabila (R2) mendekati nol maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah (Hasan, 2002:118).
2. **Uji Secara Parsial**
3. Digunakan Uji t

Untuk pengujian yang kedua membuktikan pengaruh kebenaran hipotesis tersebut digunakan pengujian regresi secara parsial untuk mengetahui apakah secara individu, variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak nyata terhadap variabel terikat (Husein Umar, 2002:167).

Uji secara parsial :

Ho: Secara parsial tidak ada pengaruh yang berarti antara kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap penjualan sepeda motor Yamaha pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru.

H1: Secara parsial ada pengaruh yang berarti antara kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap penjualan sepeda motor Yamaha pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru.

Kriteria uji t adalah :

Ho diterima : jika (thitung < ttabel) maka Secara parsial tidak ada pengaruh yang berarti antara kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap penjualan sepeda motor Yamaha pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru

Ho ditolak : jika (thitung > ttabel ) maka Secara parsial terdapat pengaruh yang berarti antara kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap penjualan sepeda motor Yamaha pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru.

1. Metode Regresi Linear Berganda

Metode kuantitatif dengan statistik inferensial, yaitu dengan metode regresi linier sederhana. Analisis regresi linier berganda adalah alat analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* jika variabel independen lebih dari satu. Dampak dari analisis regresi berganda dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel *independent* (penjualan):

 Y = α+ β1X1 + β 2X2 + β3X3 + e

Sumber : Sugiyono (2010)

 Keterangan:

 Y = Penjualan

X1 = Kualitas produk

X2 = Harga

X3 = Pelayanan

α = Konstanta

β1-2 = Koefisien regresi

e = Tingkat Kesalahan (*error*)

Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan ada atau tidaknya pengaruh kepuasan konsumen terhadap penjualan sepeda motor Yamaha pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru. Dengan hipotesis sebagai berikut:

Ho : $ρ$ = 0, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap penjulan sepeda motor Yamaha pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru.

Ha : $ρ$ ≠ 0, Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap penjulan sepeda motor Yamaha pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru.

Untuk membuktikan hipotesis secara parsial digunakan uji t. Nilai thitung tersebut selanjutnya dibandingkan dengan nilai t tabel dengan tingkat kepercayaan dengan taraf nyata α = 0,05, dan dari hipotesis yang telah ditetapkan tersebut akan diuji berdasarkan daerah penerimaan dan daerah penolakan yang ditetapkan sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung ≥ t tabel maka H ditolak, Ha diterima
2. Jika nilai t hitung≤ t tabel maka H diterima, Ha ditolak

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan angka signifikansi menurut Jonathan Sarwono (2006:67) menyebutkan: 1) angka Probabilitas (Sig) < 0.05 pengaruh kedua varibel signifikan, 2) angka Probabilitas (Sig) > 0.05 pengaruh kedua variabel tidak signifikan.

Hasil data dari angket yang disebarkan kepada responden diberi bobot dan kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan skor jawaban. Hasil skor jawaban tersebut dilakukan analisa secara matematis dengan menggunakan program *SPSS Versi* 16.0 *for Windows*.

1. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil Penelitian

 Adapun data yang diolah dalam penelitian ini adalah data berupa informasi tentang kepuasan konsumen yang meliputi faktor kualitas produk, harga dan pelayanan pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru. Setelah seluruh data terkumpul, kemudian diolah dan hasilnya disajikan dengan deskripsi sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial kualitas produk dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Mahkota Motor dengan nilai Fhitung = 3,349 dan Ftabel = 2,9113 sehingga Fhitung lebih besar dari Ftabel dan nilai signifikansi Fhitung adalah 0,790 lebih besar dari nilai α 0,05. Keputusan yang diambil adalah H0 ditolak dan Ha diterima. Diterimanya hipotesis alternatif menunjukkan variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk, harga dan pelayanan mampu menjelaskan keragaman dari variabel terikat (*profitabilitas*) atau dengan kata lain kualitas produk, harga dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penjualan.

1. **Penjualan (Y)**

Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang di hasikan. Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang paling penting dari suatu perusahaan. Perusahaan tidak dapat berkembang dengan baik jika tidak mampu menjual produk yang dihasilkannya sebaliknya jika perusahaan mampu untuk terus meningkatkannya maka perusahaan tersebut akan mampu eksis dalam persaingan usaha. Untuk mengadakan penjualan perlu adanya rencana yang matang agar tujuan yang ditetapkan dapat tercapai. Sebelum melakukan kegiatan penjualan, kegiatan pemasaran yang menyangkut banyak hal seperti menyangkut kegiatan promosi yaitu memperkenalkan satu jenis produk kepada konsumen itu sendiri

Pengukuran terhadap penjualan di CV. Mahkota Motor mempergunakan beberapa indikator. Untuk lebih jelasnya penyebaran angket tentang penjualan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel. 5.4. Hasil Sebaran Angket Penjualan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Pernyataan Indikator Penjualan (Y) | Tanggapan | Jml |
| SS | S | RR | TS | STS |
| 1 | Saya melakukan pembelian dengan mempertimbangkan ketersediaan produk.  | 13 | 116 | 9 | 7 | 2 | 147 |
| 2 | Saya membeli produk Yamaha karena pendistribusian yang cukup baik.  | 11 | 33 | 87 | 14 | 2 | 147 |
| 3 | Yamaha melakukan promosi produk secara kontinyu.  | 5 | 102 | 30 | 7 | 3 | 147 |
| 4 | Saya memutuskan untuk membeli produk Yamaha karena harganya bersaing. | 20 | 72 | 44 | 10 | 1 | 147 |
| Jumlah  | 49 | 323 | 170 | 38 | 8 | 588 |
| Persentase (%) | 8,33 | 54,93 | 28,91 | 6,46 | 1,36 | 100 |

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2013

Dari penyebaran angket penjualan seperti tabel di atas dapat dilihat bahwa rata-rata responden yang menyatakan sangat setuju (SS) sebesar 54,93%, yang menyatakan ragu-ragu (RR) sebesar 28,91%, yang menyatakan sangat setuju (SS) sebesar 8,33%, yang menyatakan tidak setuju (TS) sebesar 6,46%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebesar 1,36%. Terlihat bahwa sebahagian besar responden setuju bahwa produk Yamaha memiliki penjualan yang cukup bagus.

1. **Kualitas Produk (X1)**

Produk yang tidak memenuhi kualitas pelanggan dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya pelanggan beralih ke produk lain. Perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan konsumen harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima. Untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya akan mengutamakan perluasan produk dan pelayanan yang berorientasi pada pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan. Hasil dari penyebaran angket tentang kualitas diperoleh data sebagai berikut:

Tabel. 5.5. Hasil Sebaran Angket Kualitas Produk

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Pernyataan Indikator Kualitas Produk (X1) | Tanggapan | Jml |
| SS | S | RR | TS | STS |
| 1 | Sepeda Motor Yamaha memiliki daya tahan mesin yang bandel.  | 15 | 98 | 22 | 8 | 4 | 147 |
| 2 | Sepeda Motor Yamaha Mio mempunyai keandalan yang bagus. | 12 | 83 | 43 | 7 | 2 | 147 |
| 3 | Yamaha Mio mudah digunakan oleh kaum laki-laki maupun perempuan bahkan bagi pemula sekalipun. | 25 | 83 | 35 | 4 | 0 | 147 |
| Jumlah  | 52 | 264 | 100 | 19 | 6 | 441 |
| Persentase (%) | 11,79 | 59,86 | 22,68 | 4,31 | 1,36 | 100 |

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2013

Dari penyebaran angket kualitas produk seperti tabel di atas dapat dilihat bahwa rata-rata responden yang menyatakan setuju (S) sebesar 59,86%, yang menyatakan ragu-ragu (RR) sebesar 22,68%, yang menyatakan sangat setuju (SS) sebesar 11,79%, yang menyatakan tidak setuju (TS) sebesar 4,31%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebesar 1,36%. Terlihat bahwa sebahagian besar responden setuju bahwa kualitas produk Yamaha sudah cukup baik.

Pada indikator penjualan rata-rata responden yang menyatakan setuju (S) sebesar 59,86%, artinya responden setuju bahwa kualitas produk Yamaha sudah baik. Kuantitas yang banyak dari penjulan sepeda motor Yamaha tidak mempengaruhi kulitasnya, hal tersebut terbukti dari minat masyarakat lebih memilih merek Yamaha dari kempetitor merek lainnya. Kualitas produk yang ditawarkan dapat dilihat dari ketahanan mesin, irit, dan sporty.

1. **Harga (X2)**

Harga adalah satuan nilai yang diberikan pada suatu komoditi sebagai informasi kontraprestasi dari produsen/pemilik komoditi. Dalam konteks pemasaran, secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Atau dengan kata lain Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memproleh berbagai kombinasi sebuah produk yang biasanya harga menjadi bahan pertimbangan pembeli dalam memutuskan untuk membeli suatu produk, dengan demikian harga sangat diperhatikan dengan kualitas produk yang ditawarkan. Pengukuran terhadap haraga produk yang ditawarkan pada CV. Mahkota Motor dapat dilihat dari hasil rekapitulasi penyebaran angket berikut ini:

Tabel. 5.6. Hasil Sebaran Angket Harga

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Pernyataan Indikator Harga (X2) | Tanggapan | Jml |
| SS | S | RR | TS | STS |
| 1 | Harga sepeda motor Yamaha sesuai dengan kualitas yang dirasakan. | 9 | 92 | 35 | 7 | 4 | 147 |
| 2 | Harga sepeda motor Yamaha sesuai dengan kenyamanan pada saat menggunakan sepeda motor. | 12 | 84 | 42 | 8 | 1 | 147 |
| 3 | Fasilitas yang ada pada sepeda motor Yamaha sesuai dengan harga yang ditawarkan. | 15 | 72 | 46 | 10 | 4 | 147 |
| Jumlah  | 36 | 248 | 123 | 25 | 9 | 441 |
| Persentase (%) | 8,16 | 56,24 | 27,89 | 5,67 | 2,04 | 100 |

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2013

Dari penyebaran angket tentang harga seperti tabel di atas dapat dilihat bahwa rata-rata responden yang menyatakan setuju (S) sebesar 59,86%, yang menyatakan ragu-ragu (RR) sebesar 27,89%, yang menyatakan sangat setuju (SS) sebesar 8,16%, yang menyatakan tidak setuju (TS) sebesar 5,67%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebesar 2,04%. Terlihat bahwa sebahagian besar responden setuju bahwa produk Yamaha memiliki harga jual yang cukup bersaing.

Pada indikator penjualan rata-rata responden yang menyatakan setuju (S) sebesar 59,86%, artinya responden setuju bahwa produk Yamaha memiliki harga jual yang bersaing. Jika dibandingkan dengan merek-merek lainnya, Yamaha menawarkan harga yang lebih murah namun dengan kualitas bagus. Sebagai contoh, Honda dan Yamaha memiliki kualitas sama-sama bagus namun harga sepeda motor Honda lebih mahal. Kemudian sepeda motor produksi Cina memiliki harga lebih murah dari sepeda motor Yamaha, namun kualitasnya jauh di bawah sepeda motor Yamaha.

1. **Pelayanan (X3)**

Pelayanan, adalah segala usaha penyediaan fasilitas maupun kegiatan tertentu dalam rangka mewujudkan kepuasan para pelanggan maupun calon pembeli. Sehingga dalam dunia bisnis menempatkan pelanggan sebagai mitra, karena disadari didasari bahwa kelangsungan perusahaan sangat tergantung pada loyalitas para pelanggan. Pengukuran terhadap pelayanan toko karyawan pada CV. Mahkota Motor dapat dilihat dari hasil penyebaran angket berikut ini:

Tabel. 5.7. Hasil Sebaran Angket Pelayanan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Pernyataan Indikator Pelayanan (X3) | Tanggapan | Jml |
| SS | S | RR | TS | STS |
| 1 | Karyawan CV. Mahkota Motor memberikan pelayanan dengan cepat.  | 4 | 57 | 81 | 5 | 0 | 147 |
| 2 | Karyawan CV. Mahkota Motor Pekanbaru selalu menjaga kerapihan dan kebersihan diri pribadi. | 6 | 97 | 32 | 11 | 1 | 147 |
| 3 | Dalam memberikan melayani customer karyawan melakukan dengan ramah dan sabar. | 6 | 81 | 51 | 7 | 2 | 147 |
| 4 | Pimpinan CV. Mahkota Motor Pekanbaru memberi perhatian kepada customer yang berkunjung walaupun tidak melakukan transaksi pembelian | 17 | 80 | 45 | 4 | 1 | 147 |
| Jumlah  | 33 | 315 | 209 | 27 | 4 | 588 |
| Persentase (%) | 5,61 | 53,57 | 35,54 | 4,59 | 0,68 | 100 |

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2013

Dari penyebaran angket pelayanan seperti tabel di atas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sangat setuju (SS) sebesar 53,57%, yang menyatakan ragu-ragu (RR) sebesar 35,54%, yang menyatakan sangat setuju (SS) sebesar 5,61%, yang menyatakan tidak setuju (TS) sebesar 4,59%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebesar 0,68%. Terlihat bahwa sebahagian besar responden setuju bahwa pelayanan yang diberikan oleh CV. Mahkota Motor sudah cukup bagus.

Pada indikator penjualan rata-rata responden yang menyatakan setuju (SS) sebesar 53,57%, artinya responden setuju bahwa pelayanan yang diberikan oleh CV. Mahkota Motor sudah bagus. Pelayanan yang diberikan dalam bentuk free wifi saat services motor, jaringan yang luas, standar layanan yang terbaik, teknisi handal, peralatan yang aplikatif dan parts yang terjangkau. Dengan kata lain pelayanan Yamaha tidak diragukan, sebab penghargaan sebagai perusahaan otomotif roda dua dengan pelayanan terbaik kategori *Gold* ini diberikan oleh lembaga Carre CCSL (*Center for Customer Satisfaction & Loyalty*) dan Majalah *Service Excellence*. Tujuh tahun beruntun sejak 2007 hingga 2013, Yamaha dianugerahi SQ Award.

1. **KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Sesuai hasil penelitian ini, kesimpulan penulis adalah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru ditunjukkan oleh 59,86% responden setuju bahwa kualitas produk sepeda motor Yamaha lebih baik daripada merek lainnya. Harga memiliki pengaruh terhadap penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru ditunjukkan oleh 59,86% responden setuju bahwa harga sepeda motor Yamaha yang lebih murah namun berkualitas daripada merek lainnya. Pelayanan memiliki pengaruh terhadap penjualan sepeda motor merek Yamaha pada CV. Mahkota Motor Pekanbaru ditunjukkan oleh 53,57% responden setuju bahwa pelayanan yang diberikan dalam bentuk *Free Wifi* saat servis motor, jaringan yang luas, standar layanan yang terbaik, teknisi handal, dan peralatan yang aplikatif sudah bagus dan memuaskan.

**Saran**

Sesuai hasil penelitian ini, penulis ingin menyampaikan beberapa saran, antara lain adalah kepada pihak manajemen perusahaan agar tetap menjaga kualitas produknya dan terus berinovasi dalam meningkatkan penjualan. Kepada peneliti selanjutnya agar menggunakan variabel lain yang belum digunakan agar mendapatkan hasil penelitian yang varian demi kesempurnaan penelitian dimasa mendatang. Kepada masyarakat umum agar tetap percaya dan setia terhadap produk sepeda motor Yamaha yang dikenal akan kualitas produk, harga dan pelayanan yang memuaskan.

1. **DAFTAR PUSTAKA**

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Jonathan Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hasan. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Husein Umar, 2002, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

Santoso. 2010. *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.