

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Perusahaan PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing Pada tahun 1971, Yamaha Motor Jepang mendirikan distributor resmi di Indonesia bekerjasama dengan konglomerat lokal dan memulai ekspor motor rakitan utuh dengan mesin 100 cc dari Jepang dan menjualnya secara lokal. Pada 6 Juli 1974, Yamaha motor mendirikan PT YIMM (Yamaha Indonesia Motor Manufacturing) yang berlokasi di daerah Pulogadung. Dalam perkembangannya, untuk memperkuat dan memperlancar usahanya, pada tahun 1990 PT YIMM bergabung dengan beberapa perusahaan lain, yaitu PT. Adiasa IIC, PT. Yamaha Harapan, PT. Sakti Cipta Logam Sakti, dan PT. Harapan Motor Sakti (PT. Karya Bakti). Gabungan dari beberapa perusahaan ini tetap diberi nama PT. YIMM. PT. YIMM merupakan Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Yamaha di Indonesia yang berwenang atas produk Yamaha roda dua di Indonesia.

Pada tanggal 29 Agustus 2001 didirikan pabrik suku cadang di Indonesia yang dinamakan PT. Moric Indonesia. Pabrik itu mulai beroperasi pada Januari 2002 dan didirikan dengan modal lima juta dolar AS yang terdiri dari 80% oleh Moric Co.,Ltd dan 20% oleh Yamaha Motor Asia Pte.Ltd. Perusahaan ini menyediakan dukungan finansial untuk semua perakitan dan manufacturing Yamaha di kawasan Asia Tenggara dan promosi perdagangan. Pada November 2004, Yamaha Motor membuat pabrik manufacturing motor kedua di Karawang,

Jawa Barat dengan nama PT. YMMWJ (Yamaha Motor Manufacturing West Java). Perusahaan ini merupakan anak perusahaan YIMM yang khusus membuat motor tipe moped (bebek) dan mempunyai kemampuan untuk memproduksi moped dalam skala besar. Yamaha di Indonesia sendiri dibagi menjadi beberapa perusahaan :

1. YMKI (Yamaha Motor Kencana Indonesia) di Pulogadung Jakarta Timur, ditujukan untuk pemasaran motor saja.
2. YIMM (Yamaha Indonesia Motor Manufacturing) di Pulogadung Jakarta Timur, ditujukan untuk perakitan dan produksi motor.
3. YMMWJ (Yamaha Motor Manufacturing West Java) di Karawang Jawa Barat merupakan pabrik manufacturing kedua.
4. Yamaha POD di Cibitung untuk spare parts motor.
5. Yamaha Motor *Electronic* Indonesia untuk memproduksi alat-alat pengapian seperti CDI, stator dan rotor.
6. YMPMI (Yamaha Motor *Parts Manufacturing* Indonesia) di Karawang memproduksi spare part motor.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Adapun visi perusahaan yang menjadi acuan Yamaha untuk mencapai kesuksesan perusahaan, antara lainnya yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menciptakan masyarakat Yamaha yang sejahtera dan loyal dan mencapai perkembangan bisnis yang sehat dan berkelanjutan,dengan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan dan mudah diakses terhadap pelayanan dan produk yang berstandar kualitas dunia,dengan mempergunakan sumber daya manusia yang handal,serta menggunakan teknologi terdepan yang tepat guna dan sistem bisnis yang berfokus pada pelanggan.
2. Untuk menjadi produsen sepeda motor yang paling depan di Indonesia.

2.2.2 Misi Perusahaan

Ada pula misi perusahaan yang menjadi acuan Yamaha untuk mencapai kesuksesan perusahaan, antara lainnya yaitu sebagai berikut :

1. Menyediakan produk yang bermutu tinggi,produk yang inovatif dengan harga yang terjangkau dan merupakan pilihan daripada pelanggan.
2. Akan senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan.teknologi,dan proses teknologi.

2.3 Logo Perusahaan

Gambar 2. 1 Logo PT.Yamaha Indonesia Motor Manufacturing



Sumber : (<http://www.yamaha-motor.co.id/>,2022)

Setiap logo disuatu perusahaan pasti memiliki arti atau makna tersendiri.adapun arti dari logo pada perusahaan PT.Yamaha Indonesia Motor *Manufacturing* tersebut adalah :

1. Warna biru pada tulisan “Semakin di Depan”melambangkan warna kebanggan Yamaha diajang balap motor paling bergengsi di dunia yaitu Moto GP.Pemakaian warn aini menunjukan semanh at untuk melakukan eksplorasi teknologi otomotif dan mengekspresikan kepercayaan diri dan pemikiran jernih dalam menghadapi tantangan.
2. Warna merah menunjukan keberanian,kehangatan,dan energi untuk selalu menjadi yang terdepan.
3. Gradasi warna menunjukan *passion* dan *ecticement* saat menjalani tahap proses untuk mencapai hasil maksimal.
4. Bentuk huruf didesain merefleksikan karakter Yamaha yang ingin ditonjolkan,yaitu sporti dalam setiap penampilan dan performa, inovatif dalam setiap aktifitas, trendi untuk selalu memimpin tren dalam kompetisi.

Huruf A Berwarna merah memiliki arti sebagai berikut :

1. *Affirmative* artinya selalu berfikir sebagai pemenang.
2. *Aspiration* artinya selalu memiliki cita-cita dan standar kualitas tinggi.
3. *Action* artinya selalu berjuang bersama -sama dengan arah tujuan sama secara persistent dan focus.

4. *Achievment* artinya selalu percaya bahwa kita bisa mencapai kesuksesan dan melewati rintangan.

Desain huruf dengan garis desain yang mengarah ke atas mencerminkan bahwa keluarga besar Yamaha selalu bergerak maju dengan visi yang searah, berjuang bersama-sama membangun untuk membangun diri dan Yamaha agar menjadi semakin di depan. Desain logo ini mencerminkan semangat baru dari seluruh keluarga besar Yamaha ;konsumen, komunitas, fans, karyawan, dan Yamaha.

2.4 Slogan Brand

Gambar 2. 2 Slogan Brand



Slogan Brand menggunakan kata yang dipahami guna mengkomunikasikan Filosofi Perusahaan kita kepada dunia, dan pernyataan Brand mengungkapkan harapan dan semangat Yamaha dibalik kata-kata tersebut.

2.4.1 Arti Slogan

Kata “rev” memiliki arti menghidupkan mesin melalui kisaran rpm, dan juga memiliki arti menyebabkan kegembiraan dan bekerja dalam keadaan gembira. Seperti memberikan kekuatan kepada mesin, “Revs your Heart” mengungkapkan keinginan Yamaha untuk membawa Kando kepada pelanggan dan “mengeber hari mereka” melalui banyak produk inovatif dan Kando-creating yang kita lakukan.

2.4.2 Arti Pernyataan Brand

Pernyataan *Brand*

Diberdayakan dengan semangat akan inovasi, kita menciptakan nilai dan pengalaman luar biasa yang memperkaya hidup pelanggan kita.

Pernyataan Brand tidak hanya menekankan pada arahan untuk pemahaman bersama oleh semua karyawan Yamaha Motor atas pesan yang disusun ke dalam Slogan Brand tetapi juga menyediakan pengungkapan yang jelas tentang bagaimana perusahaan ingin dilihat dan dipikirkan oleh pelanggan.

2.5 Struktur Organisasi dan Job Desc

Struktur organisasi merupakan sebuah struktur yang menjelaskan mengenai alur perintah, hubungan pekerjaan, tanggung jawab, rentang kendali dan pimpinan organisasi yang memiliki fungsi sebagai kerangka kerja dan tugas pekerjaan yang telah dibagi, dikelompokkan dan dikoordinasi secara formal. Berikut merupakan struktur organisasi Yamaha *Flagship Shop* Semarang :



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Yamaha *Flagship Shop* Semarang

2.6 Job Description Perusahaan

Berikut adalah uraian tugas,tanggung jawab,dan wewenang dari masing-masing bagian:

1. Manager Area

Tugas dan Tanggung Jawab:

- a. Melakukan coaching,konseling dan mendisiplinkan karyawan.
- b. Menetapkan tujuan strategis perusahaan.
- c. Mengidentifikasi dan mengevaluasi tren, memilih Tindakan.
Mendefinisikan tujuan dan mengevaluasi hasil.
- d. Menyelesaikan dan mengevaluasi kinerja staf.

2. Kepala cabang

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Mengawasi serta melakukan koordinasi dari kegiatan operasional.
- b. Memimpin kegiatan pemasaran dalam kantor cabang.
- c. Observasi terhadap kinerja karyawan.
- d. Memantau prosedur operasional manajemen resiko.
- e. Memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan di kantor cabang.

3. Supervisor

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Membuat jobdesk atau membagi pekerjaan sesuai dengan kemampuan para staf atau bawahannya.

- b. Membuat planning pekerjaan untuk kedepannya yaitu planning kerja harian,mingguan,bukanan dan tahunan.
- c. Mengontrol dan memberikan evaluasi pada bawahannya.
- d. Membuat daftar prioritas pekerjaan dan menjalankan sesuai rencana.

4. Sales

- a. Mendapatkan konsumen.
- b. Merekap data hasil penjualan sales.
- c. Menjamin kepuasan dari pelanggan.
- d. Mencari mitra kerja.
- e. Mempromosikan produk perusahaan.

5. Sales Counter

Tugas dan Tanggung Jawab

- a. Melakukan *follow up* penjualan ke konsumen.
- b. Melayani Konsumen yang dating di Showroom.
- c. Melakukan catatan administrasi penjualan.
- d. Menjalin relasi baik bagi konsumen lama maupun baru.
- e. Menjelaskan spesifikasi produk kepada konsumen.

6. Driver

- a. Mengirim sepeda motor ke konsumen.
- b. Memastikan pick up dalam keadaan baik.

7. Kepala Mekanik

- a. Mengatur Kebijakan perusahaan dibidang servis sepeda motor.
- b. Meningkatkan mutu servis sepeda motor.

- c. Merencanakan pengadaan suku cadang.
- d. Mengatur dan mengawasi seluruh kegiatan servis secara umum.

8. Customer Service

- a. Melayani keluhan dan permintaan konsumen.
- b. Mengurus pengambilan STNK.
- c. Menyampaikan informasi yang berkaitan dengan perusahaan ke konsumen.
- d. Mengelola sosial media perusahaan.

2.7 Bidang Usaha Yamaha *Flagship Shop* Semarang

Dealer Yamaha *Flagship Shop* Semarang menyediakan layanan 3S kepada konsumen 3S yaitu *Sales, Spare Part dan Service*.

1. Sales

Dalam bidang penjualan dealer Yamaha *Flagship Shop* Semarang menjual berbagai jenis sepeda motor merk Yamaha. Di antaranya yaitu :

2. Service

Service merupakan layanan perawatan motor yang diberikan Yamaha kepada konsumennya. Terdapat beberapa jenis *service* yang disediakan oleh Yamaha *Flagship Shop* Semarang. Di antaranya yaitu :

a) *Fast Track* atau Service Cepat

Fast track merupakan jenis *service* yang tidak membutuhkan waktu lama karena tidak perlu antre dengan konsumen yang melakukan *service* secara berkala. Konsumen yang melakukan jasa *service* ini biasanya hanya melakukan pergantian saja.

b) *Service By Booking*

Service by booking merupakan jenis service yang dapat dilakukan oleh konsumen yaitu dengan memesan jadwal service terlebih dahulu atau konsumen dapat memilih tanggal dan jam sesuai keinginannya sehingga konsumen juga akan dapat terbebas dari antrean. *Booking service* di *Yamaha Flagship Shop Semarang* minimal dilakukan satu hari sebelumnya.

c) *Service Kunjung*

Service kunjung yaitu merupakan jenis layanan service dari Yamaha yang memungkinkan konsumen untuk dapat memanggil atau meminta tim Yamaha untuk dapat menjemput motornya dimanapun konsumen memintanya. Untuk biaya sendiri dihitung berdasarkan jarak dari Yamaha hingga ke titik penjemputan motor sebesar RP 1000,00/KM.

3. *Spare Parts*

Yamaha Flagship Shop Semarang menjual berbagai spare part motor merek Yamaha. Penjualan spare parts di *Yamaha Flagship Shop Semarang* dapat dilakukan secara indent apabila barang yang dipesan oleh konsumen stocknya telah habis.

2.8 Produk Yamaha *Flagship Shop Semarang*

Yamaha Flagship Shop Semarang memiliki beberapa macam varian produk, diantaranya yaitu :

a. Matic (skutik)

Automatic merupakan jenis motor yang dilengkapi dengan kopling otomatis sehingga dalam pengoperasiannya cukup mudah karena cukup dengan menarik tuas gas saja. Motor matic yang dijual di Yamaha yaitu

Gambar 2. 4 Motor tipe matic



(Sumber : www.yamaha-motor.co.id/2021)

Tabel 2. 1 Spesifikasi Motor jenis Matic

No	Nama Motor	Spesifikasi	Harga
1.	Freegoo	<i>- Bluecore engine</i> <i>- Fuel Injection</i>	RP 19.200.000,00
2.	Gear	<i>- Answer Back System</i> <i>- Lampu Depan LED dan dilengkapi lampu hazard</i> <i>- Bahan Bakar Fuel Injection</i>	RP 16.750.000,00
3.	Mio M3 125	<i>- Bluecore</i> <i>- Stop and start System</i> <i>- advanced key system</i> <i>- Trendy sporty striping</i>	RP 15.251.000,00

4. Fino 125	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Led Highlight</i> - <i>Stop and Start System</i> - <i>Advanced key system</i> - <i>Tipe Rangka : Under Bone</i> 	RP 18.740.000,00
5. Mio S	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Fuel Injection</i> - <i>Single Cylinder</i> - <i>Mesin Blue Core 125 cc</i> 	RP 16.915.000,00
6. Mio Z	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Blue Core 125 cc</i> - <i>Smart side stand switch</i> - <i>Wide Tire</i> 	RP 15.500.000,00

b. Maxi (Matic Bongsor)

Maxi Yamaha merupakan salah satu produk yang dikeluarkan oleh Yamaha yang memiliki fitur,teknologi,performa dan kenyamanan yang baik.ciri utama dari jenis motor ini yaitu bodynya yang besar.beberapa tipe Maxi yang dijual oleh Yamaha yaitu :

Gambar 2. 5 Motor tipe Maxi

(Sumber : www.yamaha-motor.co.id/2021)



Tabel 2. 2 Spesifikasi Motor jenis Maxi

No	Nama Motor	Spesifikasi	Harga
1.	All New Nmax 155 Connected/ABS Version	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Total New Engine 155 cc</i> - <i>Y connect</i> - <i>Bahan bakar fuel injeksi</i> - <i>Tipe rangka : under bone</i> 	RP 32.350.000,00
2.	Lexi	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Smart design</i> - <i>Smart engine</i> - <i>Fuel injection</i> - <i>Tipe rangka : uderbone</i> 	RP 24.750.000,00

3.	Xmax	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Electric power socket</i> - <i>Smart key system</i> - <i>Hazard light</i> - <i>Anti lock brake system (ABS)</i> 	RP 62.000.000,00
4.	All new Aerox 155 VVA	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Y Connect</i> - <i>High Performance engine</i> - <i>Fuel Injection</i> - <i>Digital Spedometer</i> 	RP 25.550.000,00

c. Moped (Motor Bebek)

Jenis motor ini memiliki ciri utama yaitu desainnya yang sederhana serta perawatannya yang mudah. Merk Moped yang dijual oleh Yamaha yaitu :

Gambar 2. 6 Motor bebek

(Sumber : www.yamaha-motor.co.id/2021)



No	Nama Motor	Spesifikasi	Harga
1.	MX King 150	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Lampu hazard</i> - <i>Asymetrical design</i> : Tampilan desain berbeda pada body kanan dan kiri - <i>Full digital spedometer</i> - <i>Led hight light</i> : Lampu utama tampil dengan 3 <i>design</i> led (2 low beam,1 <i>high beam</i>). 	RP 24.080.000,00
2.	Vega Force	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Fuel Injection</i> - <i>Bagasi serbaguna</i> - <i>Speedometer modern</i> - <i>Desain sporty</i> 	RP 16.000.000,00
3.	Jupiter Z1	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Fuel injection</i> - <i>Double head lamp</i> - <i>Performa tinggi, lincah dan irit</i> 	RP 18.660.000,00

d. Naked Bike

Jenis motor ini sangat nyaman dan cocok digunakan untuk kegiatan touring. Merk motor yang dijual oleh Yamaha yaitu :

Gambar 2. 7Motor Tipe Naked Bike

(Sumber : www.yamaha-motor.co.id/2021)



Tabel 2. 3 Spesifikasi Motor jenis Naked Bike

No	Nama Motor	Spesifikasi	Harga
1.	XSR 155	<ul style="list-style-type: none">- LED <i>Highlight</i>- 155cc with VVA <i>engine</i>- Tangki berdasin klasik- <i>Single seat heritage</i>- Led <i>Tailight</i>- Dual purpose tire : Ban tubes yang dirancang untuk berkendara dalam berbagai kondisi jalan.- LCD digital speedometer	RP 37.250.000,00
2.	Vixion	<ul style="list-style-type: none">- Mesin 150 cc VVA- New LED head light- <i>Hazard lamp</i>- LED <i>tail night</i>- <i>Pass beam and engine cut off</i>	RP 25.950.000,0
3.	Xabre	<ul style="list-style-type: none">- <i>Full digital speedometer</i>- <i>Street fighter design</i>- <i>Wide handle bar with big bike switch</i>- Full LED <i>lamp</i>- 150cc <i>engine</i>	RP 30.700.000,00

2.9 Identitas Responden

Dalam pemilihan responden dipenelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana artinya melakukan beberapa pertimbangan yang ada terhadap responden yang memiliki kecocokan dengan kriteria untuk mengisi informasi yang diperlukan oleh peneliti. Di dalam penelitian ini ada beberapa kriteria yang menjadi syarat wajib yang ditujukan untuk responden yaitu seperti Warga Negara Indonesia (WNI), usia minimal responden 17 tahun dan melakukan pembelian pada Yamaha All New NMAX di Yamaha *Flagship Shop* Semarang dalam kurun waktu 4 tahun terakhir. Data yang menyangkut tentang identitas responden memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui bagaimana keadaan responden yang mengisi kuesioner penelitian ini dilapangan.

Di dalam identitas ini responden meliputi beberapa jenis seperti nama, jenis kelamin, umur, domisili, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, tahun pembelian motor. Data-data tersebut akan diperoleh peneliti melalui kuesioner yang akan disebar melalui *google form* agar mempermudah responden dalam melakukan pengisian responden.

2.9.1 Jenis Kelamin Reponden

Pada penelitian ini jenis kelamin responden ada 2 yaitu laki-laki dan perempuan. Data yang terkait dengan jenis kelamin memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pola persebaran responden yang berdasarkan jenis kelamin yang telah melakukan pembelian motor Yamaha All New NMAX. Didalam melakukan pembelian sepeda motor, laki-laki dan perempuan mempunyai masing-masing

pemikiran dan selera yang berbeda berdasarkan fungsi dan tujuan dibelinya sepeda motor tersebut. Berikut tabel pola mengenai persebaran yang berdasarkan jenis kelamin responden untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini :

Tabel 2. 5 Tabel Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	50	53%
Perempuan	44	47%
Total	94	100%

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Dari tabel yang sudah disajikan diatas menunjukkan bahwa responden yang sudah mengisi kuesioner penelitian didominasi oleh jenis kelamin laki-laki sebesar 52% sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebesar 48%. Mayoritas responden yang mengisi kuesioner penelitian adalah laki-laki mereka beralasan karena desain dari motor yamaha sendiri yang nyaman untuk dikendarai dan mudah untuk digunakan sehari-hari.

2.9.2 Domisili Responden

Di dalam kuesioner penelitian ini membagi menjadi 3 jenis sesuai dengan domisili yaitu responden yang berada atau bertempat tinggal di Kota/Kab semarang, Luar Kota/Kab Semarang dan yang terakhir berada di luar provinsi Jawa Tengah. Dengan adanya pembagian domisili tersebut maka dapat dibedakan mengenai persebaran wilayah/domisili responden. Berikut merupakan tabel dari persebaran yang berdasarkan domisili responden yang telah mengisi kuesioner penelitian :

Tabel 2. 6 Domisili Responden

Domisili Responden	Jumlah	Persentase
Kota/Kab Semarang	85	90%
Luar Kota/Kab.Semarang	9	10%
Total	94	100%

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Sesuai dengan tabel yang sudah disajikan diatas maka dapat menunjukkan bahwa responden yang telah mengisi kuesioner penelitian kebanyakan berasal dari dalam Kota/Kab Semarang sebesar 90%, sedangkan responden yang mengisi kuesioner di luar kota/Kab Semarang sebesar 10% yang terdiri dari Kab. Semarang, Kab. Demak, Kendal, Ungaran dan Wonosobo. Sebagian besar responden yang mengisi kuesioner penelitian ini merupakan warga Kota/Kab Semarang. Hal ini disebabkan karena dealer Yamaha *Flagship Shop* sendiri terletak di daerah perkotaan yang ada di Kota Semarang.

2.9.3 Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan terakhir dalam responden ini dibagi menjadi beberapa bagian yaitu ada yang berpendidikan terakhir SMA, Diploma, Sarjana, Pasca Sarjana dan lainnya. Dalam pendidikan ini dapat mempengaruhi bagaimana kondisi psikis responden ketika memilih jawaban dalam kuesioner penelitian yang mengenai variabel kuesioner. Berikut tabel dalam persebaran yang berdasarkan pendidikan terakhir responden yang telah mengisi beberapa butir pernyataan yang ada didalam kuesioner :

Tabel 2. 7 Pendidikan terakhir responden

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA	45	48%
Diploma	7	7%
Sarjana	42	45%
Total	94	100%

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Dalam tabel yang sudah disajikan diatas menunjukkan bahwa jika responden yang mengisi kuesioner penelitian tersebut didominasi oleh responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA sebesar 48%, Sarjana berjumlah sebesar 45%, Diploma sebesar 7%. Sebagian besar responden yang telah mengisi kuesioner penelitian ini memiliki riwayat pendidikan terakhir SMA hal ini dikarenakan Yamaha All New NMAX mempunyai bentuk yang *sporty* dan garang sesuai dengan selera anak remaja di masa sekarang.

2.9.4 Jenis Pekerjaan Responden

Disajikannya jenis pekerjaan pada kuesioner ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui bagaimana pola persebaran pekerjaan dari responden yang telah mengisi. Jenis pekerjaan responden juga dapat mempengaruhi minat beli responden terhadap Yamaha All New NMAX dikarenakan pekerjaan dapat berhubungan langsung dengan pendapatan yang diperoleh responden. Berikut tabel mengenai pola persebaran yang berdasarkan jenis pekerjaan responden yang telah mengisi kuesioner penelitian :

Tabel 2. 8 Jenis Pekerjaan Responden

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	40	43%
PNS	4	4%
Pegawai Swasta	36	38%
Wirausaha	8	9%
Ibu Rumah Tangga	2	2%
TNI/Polri	1	1%
Lain-lain	3	3%
Total	94	100%

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Dalam tabel diatas dapat menunjukkan bahwa reponden yang mengii kuesioner penelitian sebagian besar diisi oleh Pelajar/Mahasiswa sebesar 44%, urutan kedua diisi Pegawai Swasta dengan presentase 38%, kemudian yang ketiga diisi oleh jenis pekerjaan Wirausaha yang memiliki presentase 8%. Kemudian yang ketiga diisi oleh pekerja PNS dengan presentase 4%. Selanjutnya ada sebagai Ibu Rumah Tangga dengan presentase 2% , lalu ada yang berprofesi sebagai TNI/Polri dengan presentase 1%. Kemudian yang terakhir memilih Lain-lain dengan presentase 3%. Mayoritas responden yang sudah mengisi kuesioner penelitian ini adalah Pelajar/Mahasiswa hal ini disebabkan karena Yamaha All New NMAX Nyaman saat digunakan setiap hari dan lebih irit bensin.

2.9.5 Pendapatan per bulan Responden

Dalam pendapatan per bulan ini responden pada kuesioner penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat pendapatan yang diterima responden setiap bulannya. Pada tingkat pendapatan responden ini memiliki pengaruh yang cukup besar dalam memiliki minat pada Yamaha All New NMAX dikarenakan hal ini

sangat berkaitan dengan tingkat kemampuan seorang responden. Berikut disajikan tabel mengenai pola persebaran yang mengenai pendapatan per bulan seorang responden yang mengisi kuesioner penelitian :

Tabel 2. 9
Pendapatan per bulan responden

Pendapatan perbulan	Jumlah	Persentase
\leq Rp. 2.000.000	37	39%
$>$ Rp. 2.000.000 \leq Rp. 4.000.000	45	47%
$>$ Rp. 4.000.000 \leq Rp. 6.000.000	10	10%
$>$ Rp. 6.000.000	2	2%
Total	94	100%

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Dalam tabel diatas dapat menunjukkan bahwa responden yang telah mengisi kuesioner penelitian didominasi responden dengan pendapatan per bulan $>$ Rp. 2.000.000 \leq Rp. 4.000.000 yaitu dengan presentase 48%, responden yang memiliki pendapatan per bulan sebesar \leq Rp. 2.000.000 dengan presentase 40%, responden yang memiliki pendapatan per bulan sebesar $>$ Rp. 4.000.000 \leq Rp. 6.000.000 dengan presentase 10% dan responden yang memiliki pendapatan per bulan sebesar $>$ Rp. 6.000.000 dengan presentase 2%. Di dalam pendapatan per bulan didominasi dengan tingkat pendapatan $>$ Rp. 2.000.000 \leq Rp. 4.000.000 hal dikarenakan sebagian besar dari konsumen ingin memiliki Yamaha All New NMAX dengan cara kredit yang dinilai sesuai dengan tingkat pendapatan yang dimiliki.

2.9.6 Tahun Pembelian Responden

Dalam penyajian tahun pembelian dalam kuesioner penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui tahun berapa responden melakukan pembelian motor untuk mengisi kuesioner. Ada beberapa tahun pembelian motor dalam penelitian ini yang

memiliki kriteria melakukan pembelian sepeda motor Yamaha All New NMAX di Yamaha *Flagship Shop* dalam kurun waktu 4 tahun terakhir. Berikut pola persebaran yang dibagi menjadi beberapa berdasarkan tahun membeli guna untuk mengisi kuesioner penelitian :

Tabel 2. 10 Tahun pembelian All New NMAX responden

Tahun Pembelian Motor	Jumlah	Persentase
1 tahun terakhir	54	55%
2 tahun terakhir	25	26%
3 tahun terakhir	17	18%
Total	94	100%

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Dalam tabel diatas disajikan data bahwa responden yang telah mengisi kuesioner penelitian paling banyak melakukan pembelian dalam kurun waktu 1 tahun terakhir yang memiliki presentase 55%, kemudian responden yang melakukan dalam kurun waktu 2 tahun terakhir memiliki presentase 26%. Kemudian yang terakhir melakukan pembelian 3 tahun terakhir dengan presentase 18%. Dalam tahun pembelian ini mayoritas responden membeli sepeda motor Yamaha All New NMAX pada kurun waktu 1 tahun terakhir dikarenakan produk baru yang ditawarkan oleh Yamaha All New NMAX memiliki kualitas yang lebih dan memiliki teknologi yang diperbaharui dari model atau tahun sebelumnya. Sehingga hal ini dapat dijadikan patokan oleh konsumen dalam memiliki Yamaha All New NMAX.

2.9.7 Tipe Motor Responden

Di dalam penyajian tipe motor yang ada dalam kuesioner penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui tipe motor yang dimiliki oleh responden. Dalam

kuesioner penelitian ini ada beberapa tipe sepeda motor seperti Yamaha All New NMAX 155, Yamaha All New NMAX *Connected* dan Yamaha All New NMAX *Connected/ABS*. Berikut tabel mengenai pola persebaran yang berdasarkan pada tipe sepeda motor untuk mengisi kuesioner penelitian :

Tabel 2. 11 Tipe Motor

Tipe Motor	Jumlah	Persentase
All New NMAX <i>Standard</i> (2019)	31	33%
All New NMAX <i>Connected</i> (2020)	18	19%
All New NMAX <i>Connected/ABS</i> (2021)	45	48%
Total	94	100%

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Dari tabel diatas dapat menunjukkan bahwa responden yang telah mengisi kuesioner penelitian paling banyak menggunakan tipe All New NMAX *Connected/ABS* (2021) dengan presentase 49%, kemudian ada responden yang menggunakan tipe All New NMAX *Standard* (2019) dengan presentase 32% dan yang paling akhir ada tipe All New NMAX *Connected* (2020) dengan presentase 19%. Mayoritas responden yang telah mengisi kuesioner penelitian ini menggunakan Yamaha All New NMAX *Connected/ABS* dengan alasan sepeda motor tipe ini memiliki fitur yang lebih canggih ketimbang tipe yang ada dibawahnya.