

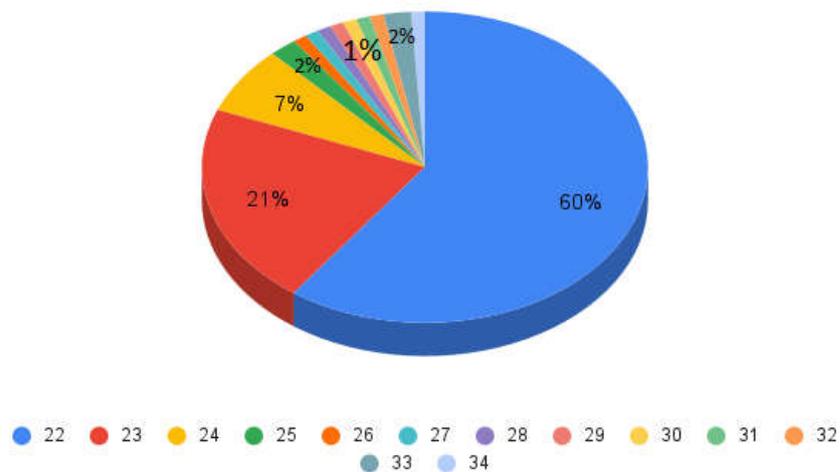
BAB II

TERPAAN PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS ULASAN ONLINE KONSUMEN DI MEDIA SOSIAL DENGAN MINAT BELI SEPEDA MOTOR YAMAHA NMAX

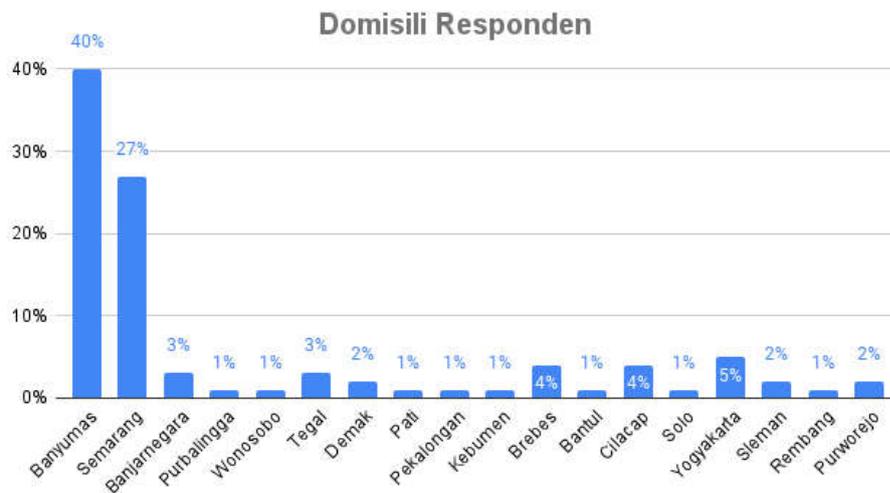
Survei terhadap responden mengenai terpaan promosi penjualan dan kualitas ulasan online konsumen di media sosial terhadap minat beli sepeda motor Yamaha Nmax akan dipaparkan pada bab ini. Responden yang menjadi bagian dari survei yaitu berjumlah 100 responden yang terdiri dari 61 laki-laki dan 39 perempuan, berusia 22-34 tahun, berdomisili di Jawa Tengah dan DIY, pernah melihat, mendengar atau membaca ulasan online maupun promosi penjualan Yamaha Nmax.

2.1. Identitas Responden

Grafik 2.1 Usia Responden



Grafik 2.1 menunjukkan bahwa responden berusia 22-34 tahun yang merupakan usia paling banyak mengakses internet dan menjadi segmen konsumen Yamaha Nmax.

Grafik 2.2 Domisili Responden

Grafik 2.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden berdomisili Jawa Tengah dengan total 92 orang dan selebihnya berjumlah 8 orang berdomisili di DIY.

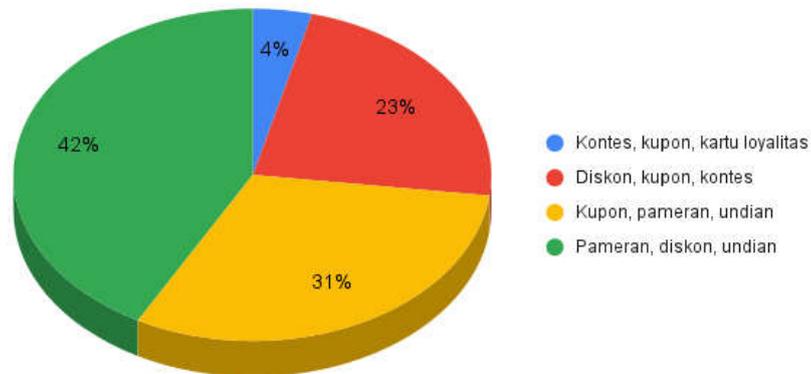
2.2. Terpaan Promosi Penjualan

Terpaan promosi penjualan diukur dengan melibatkan indikator-indikator yang sudah ditetapkan sebelumnya, yaitu mengetahui berbagai promosi penjualan yang digunakan Yamaha Nmax dan mengetahui insentif yang ditawarkan promosi penjualan Yamaha Nmax.

2.2.1. Mengetahui berbagai promosi penjualan yang digunakan Yamaha Nmax

Pertanyaan terkait pengetahuan promosi penjualan yang dilakukan Yamaha diberikan empat pilihan, dengan satu pilihan tidak ada jawaban benar, satu pilihan dengan satu jawaban benar, satu pilihan dengan dua jawaban benar, dan satu pilihan lagi dengan tiga jawaban benar. Tiga jawaban yang benar yaitu pameran, diskon, dan undian.

Grafik 2.3 1 Pengetahuan promosi penjualan

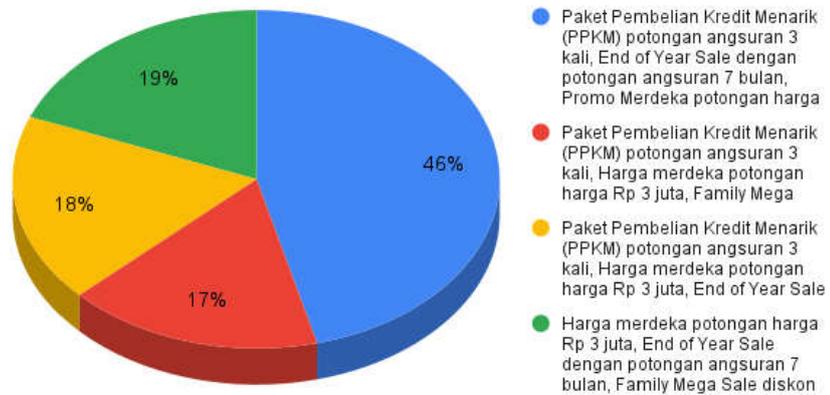


Grafik 2.3 menggambarkan pengetahuan responden tentang bentuk promosi penjualan Yamaha Nmax tergolong tinggi. Mayoritas mengetahui pameran, diskon, dan undian menjadi promosi penjualan yang dilakukan Yamaha Nmax. Sedangkan hanya 4% dari responden yang tidak mengetahui sama sekali promosi penjualan yang dilakukan. Kondisi ini menjadi keuntungan Yamaha Nmax, dimana konsumen memiliki kesadaran tinggi akan promosi penjualan Yamaha.

2.2.2. Mengetahui insentif yang ditawarkan promosi penjualan Yamaha Nmax

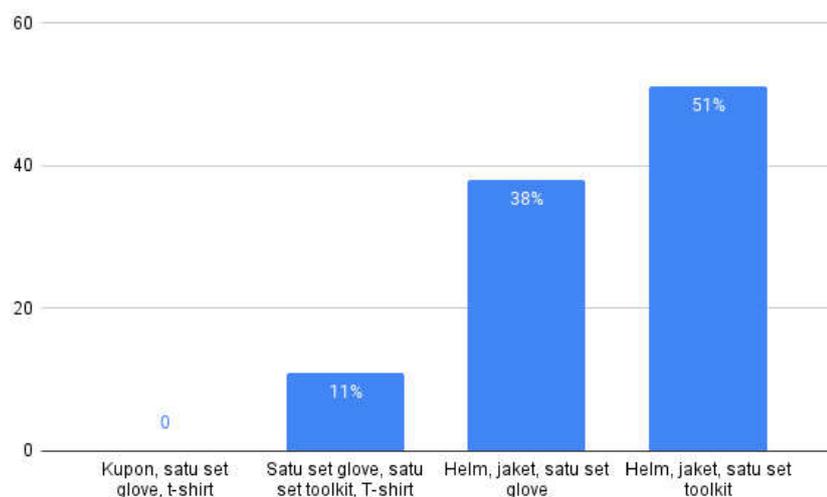
Indikator terkait insentif yang ditawarkan promosi penjualan Yamaha Nmax terdiri dari pengetahuan responden tentang diskon, bonus dan pameran yang diselenggarakan Yamaha.

Grafik 2.4 1 Pengetahuan diskon Yamaha Nmax



Jawaban benar dari tiga diskon yang diberikan Yamaha Nmax yaitu Harga merdeka dengan potongan harga Rp 3 juta, End of Year Sale dengan potongan angsuran 7 bulan, dan Family Mega Sale. Grafik 2.4 menunjukkan bahwa pengetahuan responden mengenai diskon Yamaha Nmax rendah, karena mayoritas tidak mengetahui diskon yang diadakan. Hal ini menjadi poin negatif, yang mana diskon yang ditawarkan tidak tertanam dengan baik di benak konsumen.

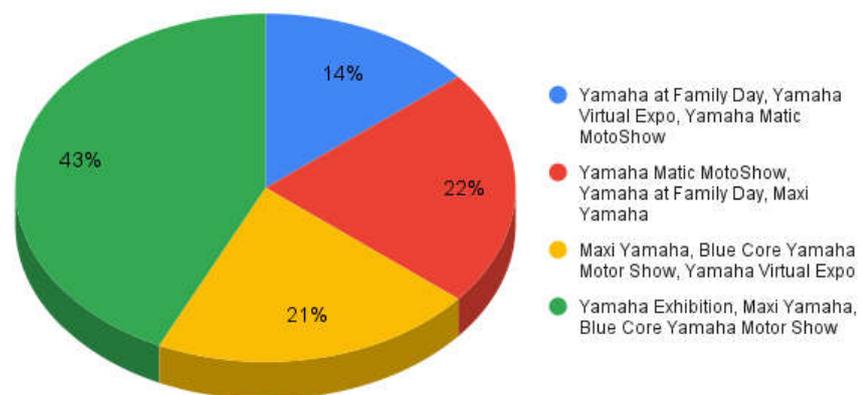
Grafik 2.5 1 Pengetahuan bonus Yamaha Nmax



Bonus yang didapatkan konsumen ketika melakukan pembelian Yamaha Nmax yaitu; helm, jaket, dan satu set toolkit.

Pengetahuan responden mengenai pertanyaan tersebut dinilai tinggi, karena mayoritas mampu menjawab dengan benar ketiganya. Kemudian selebihnya masih mengetahui dengan benar salah satu dari bonus yang diberikan. Hal ini menjadi keuntungan lantaran kesadaran akan bonus promosi penjualan Yamaha Nmax mampu berpotensi tertanam dengan baik di benak konsumen.

Grafik 2.6 1 Pengetahuan pameran Yamaha Nmax



Temuan mengenai pengetahuan responden terhadap pameran yang diadakan Yamaha Nmax menunjukkan bahwa sebagian besar mampu menjawab dengan benar pameran apa saja yang diadakan. Tiga pameran yang diadakan yaitu Yamaha Exhibition, Maxi Yamaha, dan Blue Core Yamaha Motor Show. Hanya sebagian kecil lainnya yang tidak tahu sama sekali pameran yang diadakan. Kondisi ini menandakan bahwa konsumen sadar akan pameran Yamaha Nmax, sehingga menjadi poin plus bagi Yamaha karena dengan kesadaran yang kuat maka promosi penjualan yang diadakan mampu tertanam dengan baik pada konsumen.

2.2.3. Terpaan Promosi Penjualan Yamaha Nmax

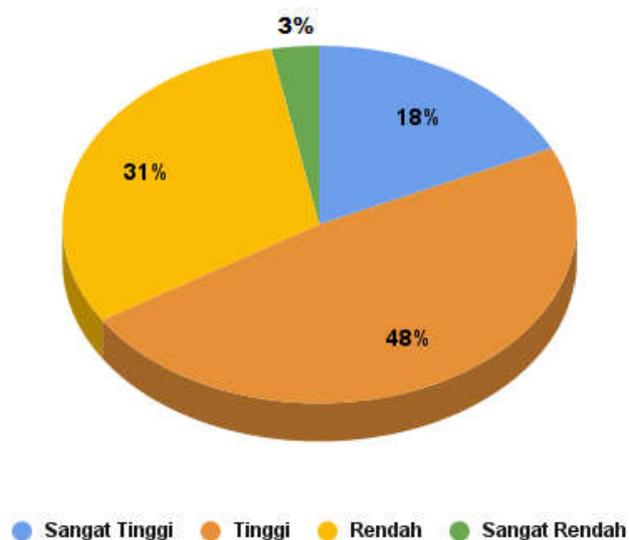
Variabel terpaan promosi penjualan Yamaha Nmax memiliki 4 variasi nilai yang dibagi menjadi: sangat tinggi, tinggi, rendah, dan sangat rendah. Nilai yang didapatkan responden dihitung dari

jumlah jawaban benar dari masing-masing pilihan. Setiap pertanyaan menyediakan empat pilihan, dimana salah satu pilihan memiliki tiga jawaban benar, kemudian terdapat satu pilihan dengan dua jawaban benar, selanjutnya satu pilihan lain dengan satu jawaban benar dan terdapat pilihan dengan tidak ada jawaban yang benar. Berdasarkan data yang diperoleh, maka pengkategorian hasil setiap responden yakni:

- Skor 4-7,25 tergolong terpaan promosi penjualan Yamaha Nmax sangat rendah
- Skor 7,26-10,5 tergolong terpaan promosi penjualan Yamaha Nmax rendah
- Skor 10,51-13,75 tergolong terpaan promosi penjualan Yamaha Nmax tinggi
- Skor 13,76-16 tergolong terpaan promosi penjualan Yamaha sangat tinggi

Berdasarkan dari kategori diatas, maka hasil survei mengenai terpaan promosi penjualan Yamaha Nmax adalah sebagai berikut:

Grafik 2.7 1 Terpaan promosi penjualan Yamaha Nmax



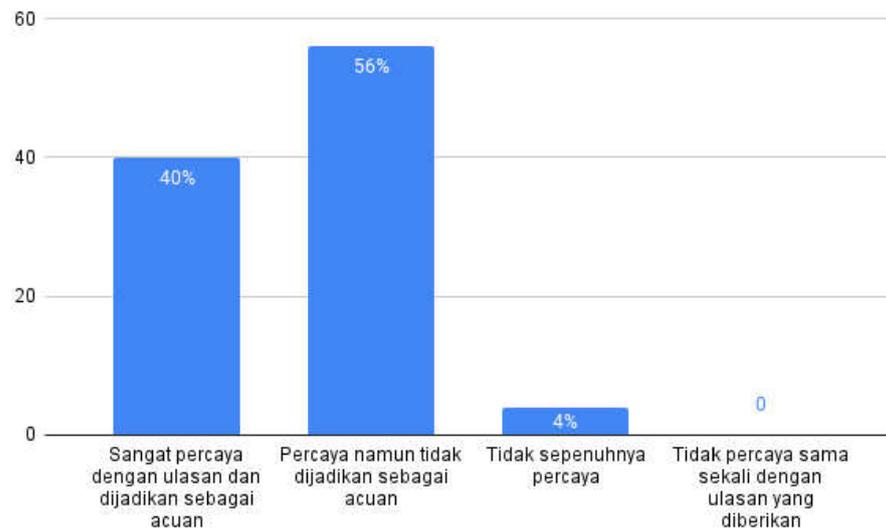
Grafik 2.7 menggambarkan bahwa terpaan promosi penjualan Nmax tergolong tinggi, banyak responden yang terterpa promosi penjualan yang diadakan Yamaha Nmax. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan promosi penjualan dilakukan secara kuat sehingga mayoritas sadar akan kegiatan tersebut. Kesadaran ini menandakan promosi penjualan yang diadakan mampu bersaing dengan kompetitor serta bisa tertanam dengan baik dibenak konsumen.

2.3. Kualitas Ulasan Online Konsumen di Media Sosial

Pengukuran kualitas ulasan online di media sosial dilakukan dengan melibatkan indikator-indikator yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu: penilaian responden terkait sejauh mana ulasan dapat dipercaya, penilaian responden terkait tingkat konsistensi yang terkandung dalam ulasan dengan informasi yang diminta, penilaian responden terkait ulasan mudah dipahami, penilaian responden terhadap keringkasan yang disajikan informasi dari ulasan, penilaian tentang kebenaran ulasan, dan penilaian responden terhadap pembuatan keputusan. Pada pertanyaan mengenai kualitas ulasan online diberikan empat pilihan tingkatan jawaban yang terdiri dari nilai 1 (negatif) hingga nilai 4 (positif). Responden memilih satu pilihan yang tersedia sesuai dengan penilaiannya mengenai pertanyaan yang diajukan.

2.3.1. Penilaian responden terkait sejauh mana ulasan dapat dipercaya

Grafik 2.8 1 penilaian ulasan dapat dipercaya

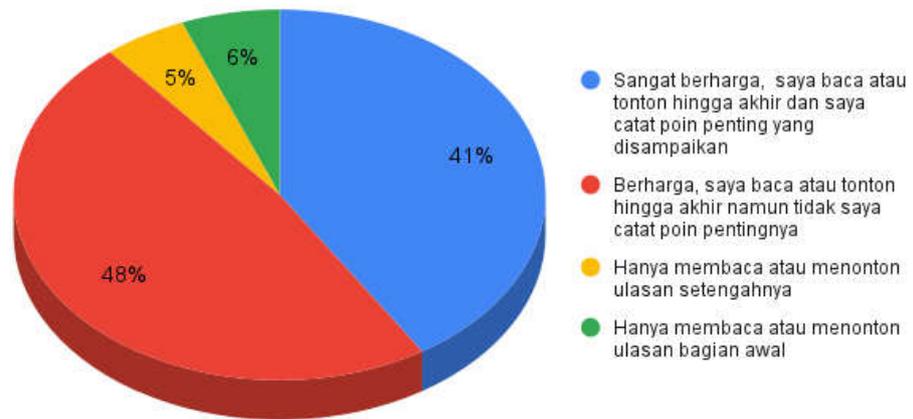


Grafik 2.8 menunjukkan bahwa ulasan mengenai Yamaha Nmax dipercaya oleh responden, namun mayoritas tidak menjadikan ulasan tersebut sebagai acuan, dan hanya 40% diantaranya menjadikannya sebagai acuan. Hal ini masih menjadi keuntungan bagi Yamaha dimana ulasan mengenai Nmax mendapat kepercayaan dari konsumen. Rasa percaya ini menandakan bahwa konsumen juga setuju dengan informasi yang ada pada ulasan.

2.3.2. Penilaian responden terkait tingkat konsistensi yang terkandung dalam ulasan dengan informasi yang diminta

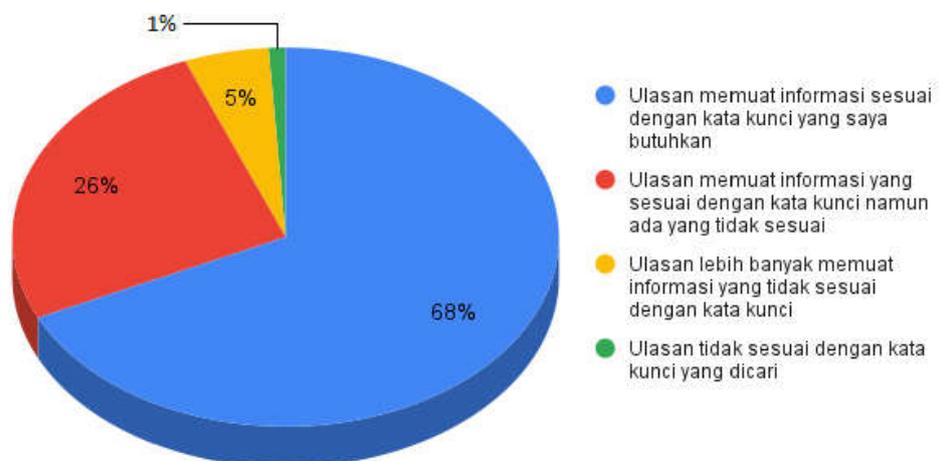
Indikator terkait tingkat konsistensi ulasan terdiri dari pertanyaan mengenai penilaian *value* dari ulasan dan penilaian tingkat relevansi ulasan dengan kebutuhan

Grafik 2.9 1 Penilaian ulasan berharga bagi kebutuhan



Dari grafik 2.9 menunjukkan bahwa informasi yang ada pada ulasan penting dan mayoritas responden melihat atau membaca ulasan tersebut hingga akhir. Hasil ini menunjukkan bahwa ulasan memuat informasi yang penting sesuai dengan kebutuhan konsumen mengenai Yamaha Nmax.

Grafik 3.0 1 Penilaian ulasan relevan dengan kebutuhan



Grafik 3.0 menggambarkan bahwa mayoritas menjawab ulasan yang ada mengenai Yamaha Nmax relevan dengan kata

kunci yang dibutuhkan. Ulasan yang sesuai dengan kata kunci menunjukkan bahwa ulasan mampu memenuhi kebutuhan. Hal ini menguntungkan bagi Yamaha Nmax, karena dengan informasi yang terkandung pada ulasan sesuai dengan kata kunci dan relevan dengan kebutuhan, maka pengetahuan tentang Yamaha Nmax juga semakin bertambah.

2.3.3. Penilaian responden terkait ulasan mudah dipahami

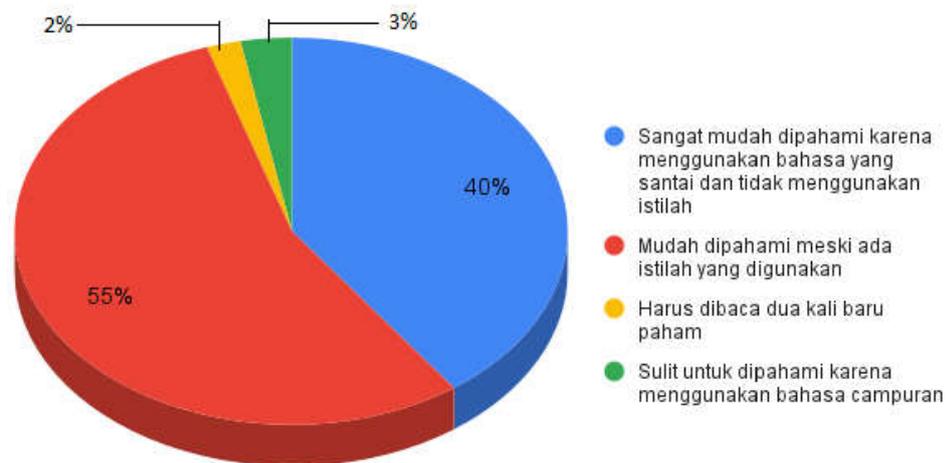
Indikator penilaian ulasan mudah dipahami terdapat dua pertanyaan yang diajukan yakni penilaian mengenai kemudahan dalam membaca ulasan dan penilaian kemudahan ulasan dipahami.

Grafik 3.1 1 Penilaian ulasan mudah dibaca



Grafik 3.1 menggambarkan bahwa hasil penilaian mengenai ulasan Yamaha Nmax mudah dibaca tergolong baik. Mayoritas tidak ada kendala dalam membaca informasi ulasan yang ada, mulai dari bahasa yang digunakan maupun tanda bacanya.

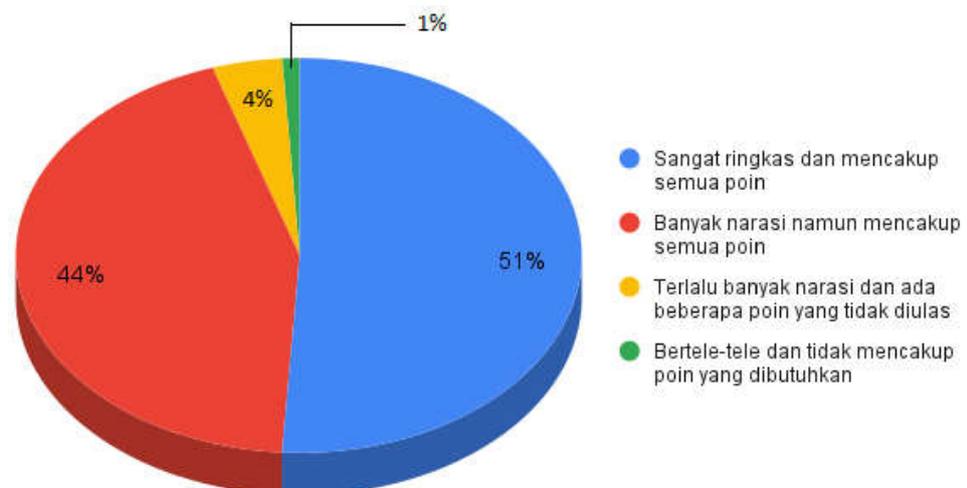
Grafik 3.2 1 Penilaian ulasan mudah dipahami



Grafik 3.2 menggambarkan penilaian informasi mengenai ulasan mudah dipahami dengan baik. Hanya sebagian kecil yang memberikan penilaian bahwa ulasan sulit untuk dipahami. Hal ini berarti informasi yang terkandung dalam ulasan mampu diterima dan tersampaikan dengan baik oleh mayoritas konsumen.

2.3.4. Penilaian responden terhadap keringkasan yang disajikan ulasan

Grafik 3.3 1 Penilaian disajikan secara ringkas



Grafik 3.3 menunjukkan bahwa penilaian mengenai keringkasan ulasan Yamaha Nmax tinggi. Mayoritas menilai ulasan yang disajikan sangat ringkas dan mampu mencakup

informasi yang dibutuhkan. Hanya sebagian kecil yang menilai bahwa ulasan terlalu panjang dan tidak memuat poin informasi yang dibutuhkan.

2.3.5. Penilaian tentang kebenaran ulasan

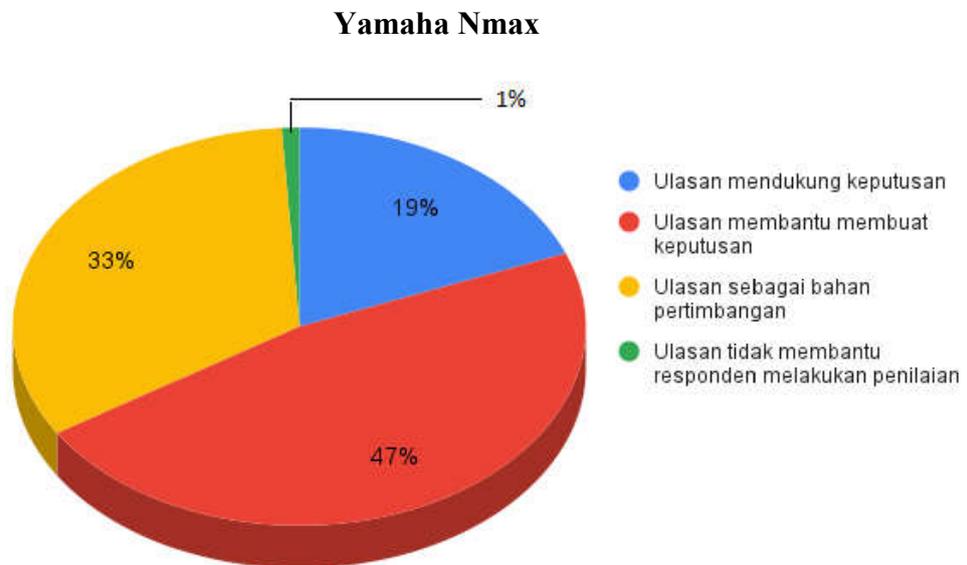
Grafik 3.4 1 Penilaian ulasan menghasilkan informasi



Grafik 3.4 menunjukkan bahwa hasil penilaian mengenai kebenaran ulasan tinggi. Ulasan berisi informasi sesuai dengan kondisi real dari Yamaha Nmax. Alasan tersebut dipilih karena sebanyak 52% responden beralasan Yamaha Nmax ditunjukkan secara langsung pada saat melakukan *review*. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepercayaan dengan ulasan tinggi dan berpengaruh pula terhadap kepercayaan dengan Yamaha Nmax.

2.3.6. Penilaian responden terhadap pembuatan keputusan

Grafik 3.5 1 Penilaian ulasan membantu mengevaluasi



Grafik 3.5 menggambarkan penilaian tentang ulasan Yamaha Nmax dapat dijadikan sebagai evaluasi. Mayoritas ada pada tahap ulasan dijadikan sebagai dasar dalam pembuatan keputusan. Kedua tertinggi dijadikan sebagai pertimbangan. Hal ini menjadi poin positif bagi Yamaha Nmax, dimana dengan ulasan yang ada responden mampu mempengaruhi tindakan dari konsumen.

2.3.7. Kualitas Ulasan Online Konsumen Yamaha Nmax di Media Sosial

Pada variabel kualitas ulasan online konsumen Yamaha Nmax di media sosial, kategori variasi nilai jawaban dari responden dibagi menjadi 4, yaitu: sangat baik, baik, buruk, dan sangat buruk. Berdasarkan data survei yang diperoleh, maka hasil jawaban responden akan dikategorikan sebagai berikut:

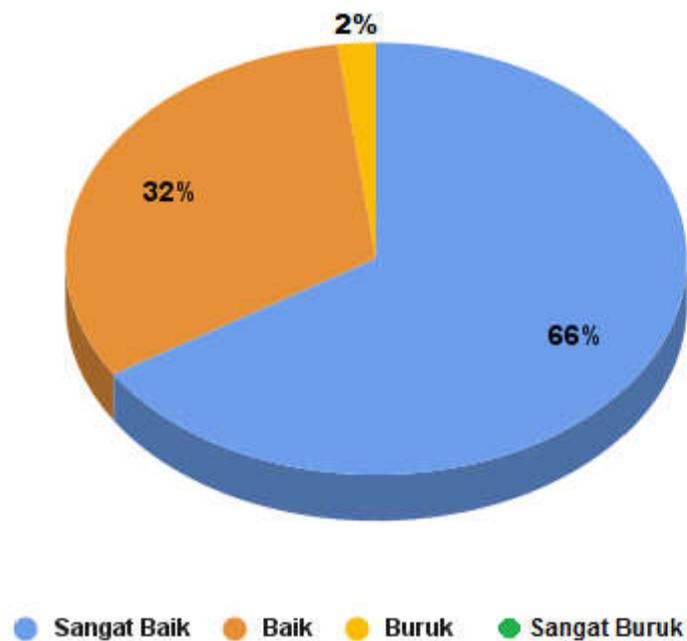
- Skor 4-11,25 menunjukkan kualitas ulasan online konsumen Yamaha Nmax di media sosial memiliki kualitas sangat buruk

- Skor 11,26-18,5 menunjukkan kualitas ulasan online konsumen Yamaha Nmax di media sosial memiliki kualitas buruk
- Skor 18,51-25,75 menunjukkan kualitas ulasan online konsumen Yamaha Nmax di media sosial memiliki kualitas baik
- Skor 25,76-32 menunjukkan kualitas ulasan online konsumen Yamaha Nmax di media sosial memiliki kualitas sangat baik

Berdasarkan kategori di atas, maka hasil yang diperoleh mengenai kualitas ulasan online konsumen Yamaha Nmax di media sosial adalah sebagai berikut:

Grafik 3.6 1 kualitas ulasan online konsumen

Yamaha Nmax di media sosial



Grafik 3.6 menggambarkan bahwa mayoritas responden menilai ulasan konsumen Yamaha Nmax di media sosial memiliki

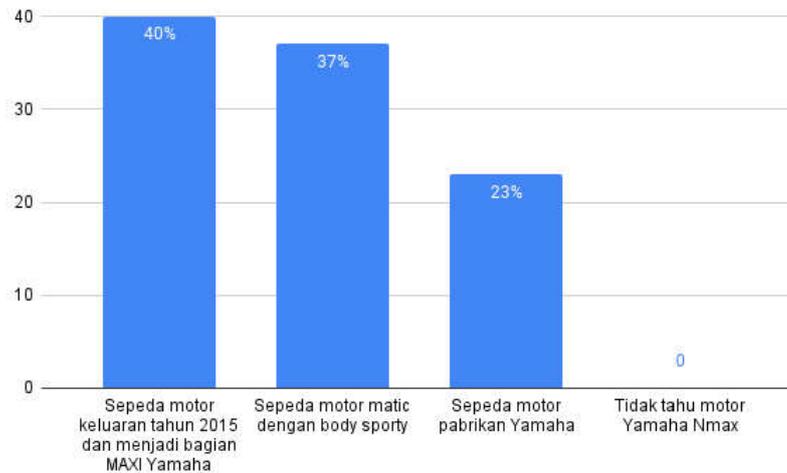
kualitas sangat baik. Kebanyakan menilai isi informasi yang terkandung dalam ulasan dapat dipercaya, menyajikan informasi yang rinci, relevan dengan kebutuhan, mudah dipahami dan dapat dijadikan sebagai dasar pembuatan keputusan. Hal ini menjadi keuntungan bagi Yamaha Nmax, dengan kualitas ulasan produk yang baik maka konsumen akan memiliki informasi yang cukup tentang produk, aware dengan produk, serta bisa mempengaruhi keyakinan yang dimiliki konsumen. Keyakinan inilah yang nantinya mendorong konsumen untuk melakukan tindakan pembelian.

2.4. Minat beli

Pengukuran minat beli sepeda motor Yamaha Nmax dilakukan dengan melibatkan indikator-indikator yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu pengetahuan responden mengenai sepeda motor Yamaha Nmax, ketertarikan dengan sepeda motor Nmax, memiliki keyakinan dengan sepeda motor Nmax, ketertarikan mencoba motor Nmax, dan keinginan untuk membeli sepeda motor Yamaha Nmax. Pada pertanyaan terkait minat beli, diberikan empat pilihan jawaban yang memiliki skor 1 (negatif) hingga skor 4 (positif). Kemudian responden memilih satu dari pilihan yang tersedia sesuai dengan penilaian terhadap pertanyaan yang ditanyakan.

2.4.1. Pengetahuan mengenai sepeda motor Nmax

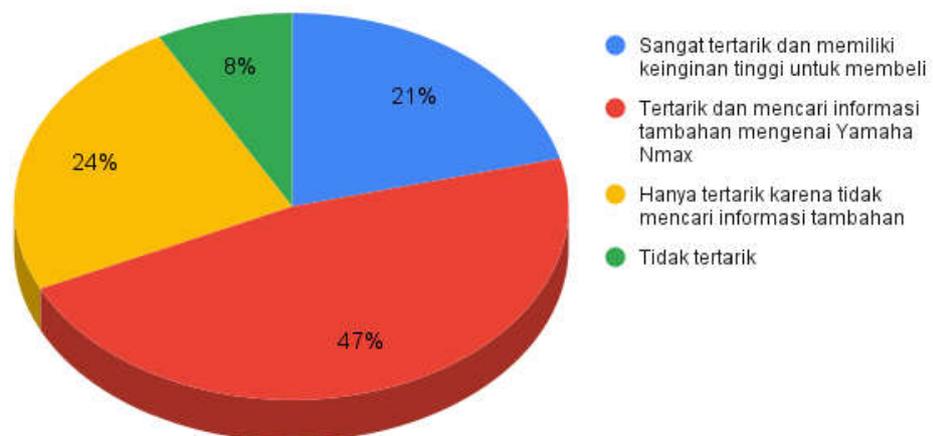
Grafik 3.7 1 Pengetahuan tentang Yamaha Nmax



Grafik 3.7 menggambarkan tingkat pengetahuan tentang produk tinggi, karena sebanyak 40% tahu secara lebih detail. Kedua tertinggi mengetahui bentuk fisik dari Yamaha Nmax, dan tidak ada responden yang tidak tahu motor Yamaha Nmax. Kondisi ini tentu menjadi keuntungan bahwa mayoritas *aware* dengan Yamaha Nmax. Sehingga, memungkinkan konsumen terdorong untuk menggunakan produk.

2.4.2. Ketertarikan dengan sepeda motor Nmax

Grafik 3.8 1 Ketertarikan Yamaha Nmax



Grafik 3.8 menggambarkan mayoritas responden berada pada tahap mencari tahu lebih dalam informasi mengenai Yamaha

Nmax. Hanya 8% responden yang tidak memiliki ketertarikan dengan produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketertarikan konsumen dengan yamaha Nmax tinggi. Tingginya rasa ketertarikan dengan produk berarti menandakan konsumen memiliki keinginan untuk membeli.

2.4.3. Keyakinan dengan sepeda motor Nmax

Grafik 3.9 1 Keyakinan responden dengan Yamaha Nmax

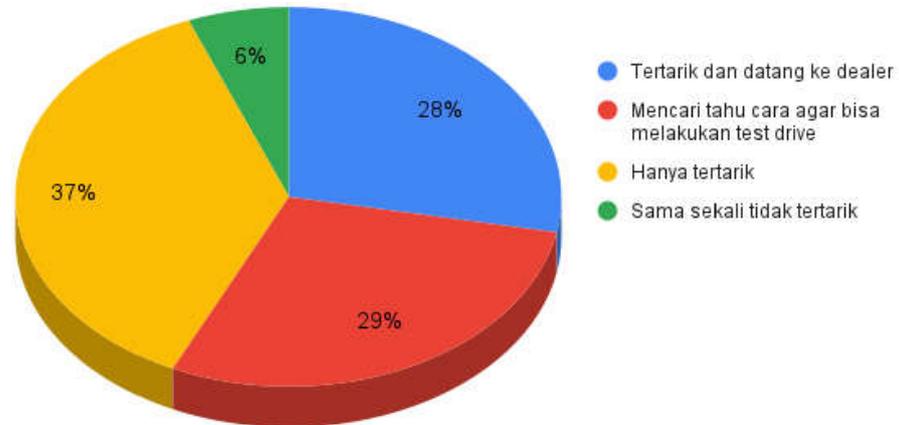


Grafik 3.9 menunjukkan bahwa keyakinan responden terhadap Nmax tergolong tinggi. Mayoritas menilai fitur dan performa yang dimiliki mampu memenuhi kebutuhan berkendara. Keyakinan ini akan mendorong konsumen untuk menggunakan produk agar kebutuhan disetiap berkendara dapat terpenuhi.

2.4.4. Ketertarikan mencoba sepeda motor Nmax

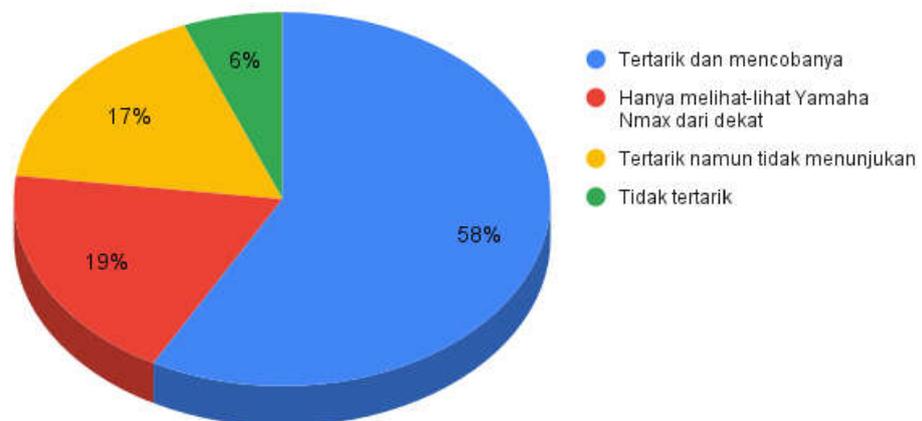
Indikator ketertarikan mencoba sepeda motor yamaha Nmax terdapat dua pertanyaan, yakni ketertarikan melakukan test drive di dealer dan ketertarikan responden test drive produk milik teman atau kerabat.

Grafik 4.0 1 Ketertarikan *test drive* di dealer



Grafik 4.0 menunjukkan bahwa kebanyakan responden memilih tidak tertarik untuk melakukan test drive di dealer, sehingga tingkat ketertarikan melakukan test drive di dealer Yamaha tergolong rendah. Kondisi ini menandakan bahwa test drive yang dilakukan di dealer belum mampu menggugah minat konsumen.

Grafik 4.1 1 ketertarikan *test drive* milik teman atau kerabat

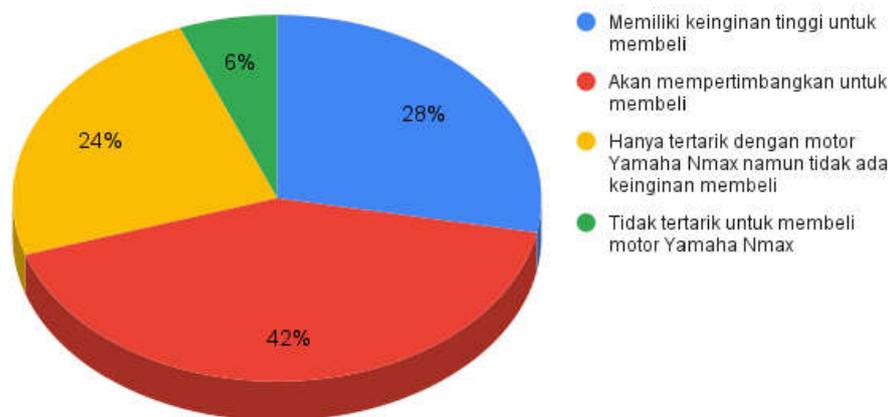


Grafik 4.1 menggambarkan bahwa ketertarikan mencoba Yamaha Nmax milik teman atau kerabat tergolong tinggi. Mayoritas merasa tertarik dan melakukan test drive secara langsung, karena kemudahan dan adanya kedekatan secara

personal. Kondisi ini tentu menguntungkan bagi pihak Yamaha, karena dengan melakukan test drive konsumen akan merasakan sensasi mengendarai Nmax secara langsung dan bisa melakukan penilaian setelah mencobanya.

2.4.5. Keinginan untuk membeli sepeda motor Nmax

Grafik 4.2 1 keinginan responden membeli Yamaha Nmax



Pada grafik 4.2 menggambarkan bahwa mayoritas responden terkait keinginan untuk membeli Yamaha Nmax tergolong tinggi. Sebanyak 42% responden berada pada tahap mempertimbangkan untuk membeli dan 28% memiliki keinginan tinggi untuk membeli. Kondisi ini tentu menguntungkan bagi pihak Yamaha karena menandakan bahwa mayoritas menginginkan untuk membeli produk dan bisa berpengaruh positif terhadap penjualan.

2.4.6. Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Nmax

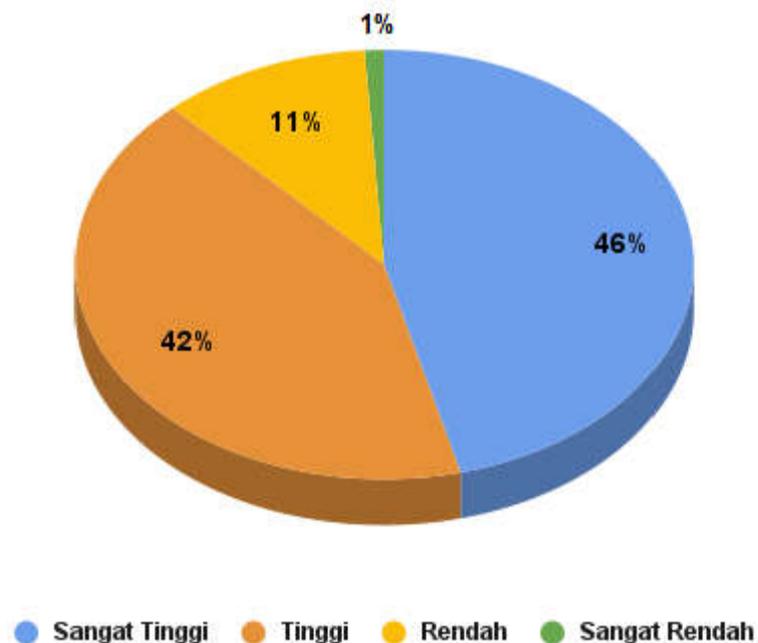
Variabel minat beli dibagi kedalam empat variasi nilai yaitu sangat tinggi, tinggi, rendah, dan sangat rendah. Berdasarkan data yang diperoleh maka jawaban responden dikelompokkan sebagai berikut:

- Skor 4-10,25 menunjukkan minat beli sepeda motor Yamaha Nmax sangat rendah

- Skor 10,26-16,5 menunjukkan minat beli sepeda motor Yamaha Nmax rendah
- Skor 16,51-22,75 menunjukkan minat beli sepeda motor Yamaha Nmax tinggi
- Skor 22,76-28 menunjukkan minat beli sepeda motor Yamaha Nmax sangat tinggi

Berdasarkan kategori diatas, maka variabel minat beli sepeda motor Yamaha Nmax memiliki hasil sebagai berikut:

Grafik 4.3 1 Persentase minat beli sepeda motor Yamaha Nmax



Grafik 4.3 merupakan hasil pengukuran beberapa indikator dari minat beli yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki minat sangat tinggi untuk melakukan pembelian terhadap Yamaha Nmax. Sebagian besar tahu akan produk, menilai fitur dan performa yang ditawarkan mampu memenuhi kebutuhan berkendara, ada ketertarikan mencoba produk, dan mempertimbangkan untuk melakukan pembelian. Hal ini

menunjukkan bahwa produk mampu menggugah keinginan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian.