

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PT. INDO SUNMOTOR GEMILANG SEMARANG**

#### **2.1 Sejarah Berdirinya PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang**

Pada tahun 1997 negara kita mengalami krisis moneter, dimana nilai tukar rupiah menjadi lemah. Keadaan ini menyebabkan harga dari produk sepeda motor yang harus diimpor dan Jepang mengalami peningkatan, sehingga mengakibatkan daya beli masyarakat terhadap sepeda motor semakin menurun. Karena hal tersebut penyalur sepeda motor Suzuki di Indonesia sebagian besar mengalami kerugian, sehingga oleh Bapak Subronto Laras selaku Direktur Utama PT Indo Mobil mengambil alih perusahaan khususnya yang berada di Semarang yang mengalami kerugian itu, dan mengganti namanya menjadi PT. Indo Jakarta Motor Gemilang Semarang pada tanggal 1 Februari 1998. Sekarang ini telah berubah nama menjadi PT. INDO SUNMOTOR GEMILANG.

Badan usaha tersebut bergerak di bidang penjualan motor dengan merek dagang Suzuki. Produk-produk yang dipasarkan oleh PT. Indo Sunnotor Gemilang Semarang adalah produk-produk Suzuki yang rata-rata telah memiliki reputasi di mata pelanggannya. Hal ini terbukti dengan banyaknya produk-produk tersebut yang tidak hanya telah diiklankan di media elektronik dan atau media cetak namun juga telah dikenal oleh masyarakat luas dalam kurun waktu yang lama sebagai produk yang berkualitas. PT. INDO SUNMOTOR GEMILANG Semarang merupakan penyalur resmi sepeda motor Suzuki untuk wilayah yang mempunyai plat nomor kendaraan H, G, dan K. Jasa pelayanannya meliputi penjualan sepeda motor secara cash dan krcdit, penjualan spare part dan pelayanan service sepeda motor. Dalam mendistnbusikan produk sepeda motor Suzuki kepada konsumen PT. INDO SUNMOTOR GEMILANG Semarang membuka beberapa cabang di beberapa kota.

## **2.2 Visi dan Misi PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang**

Visi dan misi adalah suatu pandangan atau arah yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan melalui tahapan – tahapan tertentu karena visi dan misi perusahaan akan menunjukkan budaya kerja perusahaan beserta tujuan yang nantinya akan dicapai perusahaan tersebut. Secara garis besar gambaran suatu perusahaan juga dapat diketahui oleh khalayak umum dengan adanya visi dan misi perusahaan. Oleh karena itu, visi dan misi merupakan elemen yang penting bagi suatu perusahaan.

### **2.2.1 Visi PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang**

Visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan (Wibisono, 2006). Berikut adalah visi dari PT.Indo Sunmotor Gemilang:

Visinya adalah Menjadi Dealer Suzuki yang Terdepan

PT. Indo Sunmotor Gemilang memiliki komitmen untuk bisa mendistribusikan dan memasarkan produk – produk sepeda motor Suzuki dan suku cadangnya di berbagai daerah, mendapatkan keuntungan atau profit sehingga perusahaan dapat terus melaksanakan aktifitasnya melalui penyerapan tenaga kerja serta selalu meningkatkan pelayanan perawatan kendaraan kepada para konsumen.

### **2.2.2 Misi PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang**

Misi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi, yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa produk ataupun jasa (Wibisono, 2006). Berikut ini adalah misi dari PT. Indo Sunmotor Gemilang:

1. Menjalankan bisnis dengan berorientasi pada pelayanan dan terus melakukan inovasi demi kepuasan pelanggan, karyawan, pemegang saham dan supplier.

Selalu menjalankan bisnis yang berorientasi pada inovasi sesuai perkembangan teknologi terbaru sehingga dapat menciptakan produk yang sesuai dengan perkembangan trend dan zaman. Selain itu juga menjalankan bisnis dengan memberikan pelayanan terbaik yang maksimal demi kepuasan pelanggan dan para stakeholder.

2. Memberikan kontribusi bagi masyarakat sekitar

PT. Indo Sunmotor Gemilang selaku perusahaan yang memiliki komitmen terhadap kepedulian masyarakat di lingkungan sekitarnya kembali melaksanakan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) di bidang pendidikan. PT. Indo Sunmotor Gemilang memiliki harapan untuk bisa menjadi perusahaan yang memiliki arti dan manfaat bagi masyarakat luas.

3. Memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen dan meningkatkan penjualan

Memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan (*customer*). Apabila pelanggan merasa puas, maka perusahaan akan mendapatkan loyalitas dari pelanggan yang nantinya akan membentuk ikatan hubungan yang sangat panjang dan menguntungkan.

### **2.3 Logo Indo Sunmotor Group Semarang**

Logo adalah suatu instrumen berbentuk sketsa atau sekadar gambar dengan arti tertentu untuk memberi penjelasan tentang citra dari perusahaan, produk, organisasi, atau lembaga yang singkat dan mudah diingat agar dapat lebih dikenal sehingga dapat menjadi ciri khas dari sebuah bisnis sebagai pengganti dari nama sebenarnya.

**Gambar 2. 1**  
**Logo Perusahaan**



Sumber : Indo Sunmotor Group (2020)

Arti dan makna logo yaitu sebagai berikut:

Logo ini membentuk sebuah tulisan Sun Motor yang dibentuk dari nama sang pemilik yaitu Sundoro Hosea dan yang diawali dengan huruf “S” dengan warna merah yang berarti keberanian dan daya juang tinggi.

#### **2.4 Struktur Organisasi dan Diskripsi Jabatan**

Struktur organisasi merupakan suatu gambaran grafis yang menunjukkan hubungan antara unit-unit organisasi dengan garis-garis wewenang dan tanggung jawab yang ada (Madura, 2001). Berikut ini merupakan struktur organisasi dealer PT. Indo Sunmotor Gemilang yang ada di Semarang :

### 2.4.1 Struktur Organisasi

**Gambar 2. 2**  
**Struktur Organisasi PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang**



Sumber : PT. Indo Sun Motor Gemilang Semarang, 2020

### 2.4.2 Deskripsi Jabatan

#### A. Kepala Cabang

Kepala Cabang sebagai orang yang bertanggung jawab kepada pemilik/ owner sekaligus membawahi para staff dan melaksanakan tugas manajerial perusahaan juga sumber daya manusia dalam perusahaan memiliki tugas sebagai berikut:

1. Turut serta mengendalikan perusahaan.
2. Ikut berusaha dalam pemenuhan target penjualan perusahaan.
3. Dalam rangka untuk menilai efisiensi dan efektifitas kerja membuat analisis yang berkaitan dengan perkembangan perusahaan dilihat dari pelaksanaan operasional perusahaan maupun keuangannya.

**B. Counter**

Counter sebagai orang yang bertanggung jawab kepada kepala cabang selain yang melayani calon konsumen memiliki tugas antara lain:

1. Memberikan keterangan sejelas-jelasnya kepada calon pembeli/ konsumen tentang tipe-tipe sepeda motor Suzuki.
2. Melaksanakan fungsi pelayanan penjualan kendaraan secara umum serta turut andil mengusahakan agar calon konsumen tersebut memutuskan untuk membeli sepeda motor Suzuki.

**C. Staff Administrasi**

1. Membuat laporan mengenai jumlah stok sepeda motor yang terjual maupun yang belum.
2. Melaksanakan kontrol kelengkapan sepeda motor.

**D. Supervisor**

1. Melakukan kontrol, penyusunan, dan pembuatan laporan penjualan.
2. Membuat penentuan kebijakan-kebijakan penjualan dan metode-metode pendistribusian.
3. Melakukan usaha agar produk yang diinginkan pelanggan dapat terpenuhi.
4. Memberikan motivasi kepada para salesman untuk mencapai target penjualan barang sekaligus menyusun strategi.

**E. Bagian Penjualan**

Bagian penjualan atau salesman sebagai orang yang bertanggung jawab kepada supervisor dan juga melayani calon konsumen memiliki tugas antara lain:

1. Melaksanakan fungsi pelayanan penjualan kepada calon secara umum.

2. Memberikan keterangan atau informasi tentang masing-masing tipe sepeda motor Suzuki kepada para calon konsumen.
3. Mengusahakan agar sepeda motor Suzuki yang ditawarkan jadi dibeli oleh calon konsumen.

#### **F. Kepala Mekanik**

Kepala bagian mekanik sebagai yang bertanggung jawab kepada kepala cabang memiliki tugas antara lain :

1. Mengawasi pelaksanaan kegiatan di bengkel sekaligus mengarahkan, mengkoordinir, dan memimpin bengkel.
2. Memajukan bengkel dengan cara menilai dan menganalisis perkembangan bengkel dari segala segi.

#### **G. Mekanik**

Mekanik memiliki tanggung jawab atas semua permasalahan yang ada di bengkel dan tugasnya antara lain :

1. Memberikan pelayanan berupa service kepada setiap sepeda motor konsumen baik yang lama maupun baru.
2. Melakukan penyetelan sepeda motor yang baru dibeli konsumen.
3. Menerima keluhan-keluhan dari konsumen terhadap sepeda motornya.

#### **H. HRD**

HRD memiliki tanggung jawab pengawasan atas seluruh tugas – tugas yang dilaksanakan oleh para karyawan, lebih rincinya antara lain:

1. Mengelola dan mengembangkan SDM dalam perusahaan.
2. Bertanggung jawab terhadap absensi karyawan.
3. Mengusahakan dan mengurus kesejahteraan karyawan.
4. Melaksanakan penilaian terhadap tes dan interview calon karyawan.

## 2.5 Data Karyawan PT.Indo Sunmotor Gemilang Semarang

Kesuksesan suatu perusahaan dipengaruhi oleh karyawan sebagai salah satu aset terpenting. Sejalan dengan PT. Indo Sunmotor Gemilang sebagai perusahaan yang menjalankan segala aktivitas di dalam organisasi perusahaan membutuhkan karyawan yang mumpuni.

Data karyawan PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang adalah sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Data Karyawan**

No	Jabatan	Jumlah
1	Kepala Cabang	1
2	Counter	2
3	HRD	1
4	Staff Administrasi	9
5	Supervisor	1
6	Bag. Penjualan	10
7	Kepala Mekanik	1
8	Mekanik	12
	Jumlah	37

Sumber : PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang (2020)

## 2.6 Bidang Usaha

PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor merek Suzuki, spare part merek Suzuki, dan layanan bengkel. Lebih lanjut bidang yang usaha yang dilaksanakan oleh PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang antara lain:

### 1. Penjualan Sepeda Motor

Melayani penjualan sepeda motor merek Suzuki untuk wilayah Semarang dan sekitarnya. Penjualan sepeda motor Suzuki pada PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang menggunakan sistem penjualan tunai (*cash sales*) dan kredit (*credit sales*). Sementara itu prosedur penjualan sepeda motor Suzuki yaitu calon pembeli melakukan transaksi pembelian dengan memilih jenis dan tipe sepeda motor yang akan dibeli. Apabila telah terjadi kesepakatan



harga, calon pembeli lalu melakukan pemesanan sepeda motor sekaligus membayar uang muka sebagai tanda jadi. Setelah itu calon pembeli harus melakukan pelunasan sesuai harga yang telah disepakati dan kendaraan akan dikirim setelah pelunasan.

## 2. Penjualan Suku Cadang

Melayani penjualan suku cadang sepeda motor merek Suzuki untuk melengkapi kebutuhan perawatan dan perbaikan sepeda motor dengan sistem penjualan secara tunai. Sedangkan tata cara penjualannya melalui pemesanan terlebih dahulu.

## 3. Bengkel Perbaikan dan Pemeliharaan

Memberikan pelayanan berupa perawatan dan perbaikan untuk sepeda motor merek Suzuki baik yang sifatnya rutin atau berkala maupun yang bersifat pelayanan berupa perbaikan-perbaikan yang sesuai dengan keluhan dari para pelanggan. Perusahaan juga melayani klaim garansi pabrik sebagai pertanggungjawaban atas kualitas sepeda motor.

## 2.7 Sejarah Generasi Produk Suzuki Satria

Suzuki Satria merupakan sepeda motor berjenis bebek sport yang pertama kali diproduksi pada tahun 1997 oleh PT. Suzuki Indomobil Sales. Suzuki Satria memiliki segmentasi pasar anak muda karena terkenal akan kecepatannya. Dalam slogannya, Suzuki menjuluki motor ini '*Hyper Underbone*'. Ditambah pula dengan fitur bagasi mini pada versi terbarunya, berbagai varian stripping yang menarik dan bergaya sporty, juga dilengkapi dengan panel meter digital membuat motor ini banyak mendulang pembeli. Berikut sejarah Suzuki Satria:

### 1. Suzuki Satria 120S

Pada bulan Oktober 1997, Suzuki pertama kali meluncurkan Satria di saat persaingan bebek tinggi waktu itu. Tipe pertama Satria ini dibangun dari basis RG Sport 100. Dikarenakan persaingan motor bebek saai itu tinggi, Suzuki menyematkan mesin 120 cc 2-tak. Berbeda dari

semua motor bebek pada saat itu, mesinnya berkonfigurasi tegak. Dikala rekan sejawat masih menggunakan rem tromol, rem Satria sudah memakai cakram di roda depan dan belakang. Tenaga yang dihasilkan mesinnya mencapai 13,5 hp di 8.000 rpm dan telah mengadopsi transmisi semi-otomatis 5 percepatan. Tampilan Satria 2-tak benar-benar berbeda dari jenis bebek yang lain, suspensinya tunggal pada bagian belakang (*monoshock*) dan sasisnya berbentuk mirip deltabox. Dibekali velg racing yang keren, Satria tampil berbeda di kelas motor bebek. Secara resmi motor ini beredar tahun 1997-2002 dan dijual dengan harga Rp 4,6 juta.

## **2. Suzuki Satria 120R**

Semenjak awal kemunculannya, Satria mendulang sukses di hati penggila kecepatan. Karena adanya persaingan sengit dari setiap merek sepeda motor, Suzuki lalu memberikan penyempurnaan ke Satria 120S. Suzuki melakukan *upgrade* sehingga lahir Satria 120R. Hadir pertama kali pada April 1998 dan masih menggunakan mesin 2 tak *jetcool* yang menjadi ciri khasnya. Sistem perpindahan transmisi serupa dengan motor sport, gigi 1 diinjak ke depan sedangkan gigi 2 sampai 6 dicongkel atau diinjak ke belakang dan kopling manual. Secara tampilan dengan menggunakan kombinasi two tone, ada varian velg palang, bodi masih sama namun rem cakram sudah depan dan belakang, serta menghilangkan starter elektrik. Peningkatan spesifikasi tersebut dinilai lebih responsif dan bertenaga yaitu adanya kenaikan tenaga sebesar 0,5 hp dari model sebelumnya. Sebagai catatan, motor inilah awal mula ikon Satria mulai dikenal masyarakat luas, khususnya penyuka dunia balap. Motor ini resmi beredar dari tahun 1998-2005

## **3. Suzuki Satria Hiu (120 LSCM)**

Tidak mau ketinggalan dengan para pesaingnya, pada akhir tahun 2003 Suzuki melakukan impor utuh Satria 120 LSCM dari Malaysia. Menurut beberapa sumber, LSCM kepanjangan dari Lion Suzuki Corporation Malaysia yang merupakan perakitan motor Suzuki di

negeri jiran. Di Indonesia sendiri, motor ini lebih dikenal dengan sebutan “Satria Hiu”. Lagi-lagi Suzuki memberikan desain yang berbeda di kalangan bebek saat itu. Banyak bagian bodi yang meruncing dan secara keseluruhan desainnya terlihat agresif mirip seperti hiu menerkam mangsa. Sayangnya varian ini hanya beredar sebentar, karena terganjal peraturan pemerintah saat itu yang mengatur keberadaan mesin 2 tak. Mesin tersebut dinilai tidak memenuhi standar emisi. Model ini jadi penanda berakhirnya era Satria 2 tak.

#### **4. Suzuki Satria FU150**

Adanya regulasi pemerintah soal emisi mengakibatkan Suzuki akhirnya berinovasi dengan produk unggulannya itu. Mula-mula pada tahun 2004 lahirlah Suzuki Satria FU150. Inilah awal era Satria 4 tak dimulai. Awal mulanya ia diimpor langsung dari Thailand dengan sedikit perubahan yang disesuaikan dengan kondisi jalanan di Indonesia. Mengusung tagline “Hyper Underbone”, menggunakan mesin DOHC, 4 katup, pendingin cairan, berkonfigurasi tegak dan berkapasitas 150cc dengan transmisi 6 percepatan. Meski masih mengandalkan karburator, tenaganya bisa mencapai 16 hp di 9.500 rpm dan torsi 12,7 Nm di 8.500 rpm. Basis mesinnya sama dengan Raider 150 (Thailand)

#### **5. Suzuki Satria FU150 (CKD)**

Dikarenakan banyak penggemar kecepatan yang menyukai kepada FU150, di 2006 Suzuki Indonesia membuat versi lokal dengan merakitnya secara CKD. Perbedaan versi CBU dengan CKD ada di bagian electric starter. Selain itu, karena dibuat secara lokal maka harganya menjadi lebih murah. Ketika statusnya masih dikirim dari Negeri Gajah Putih, harganya mencapai Rp 16 juta. Pada tahun 2007, Suzuki memberikan facelift pada Satria. Bagian Headlamp disegarkan dengan mengadopsi desain dari motor Suzuki GSX-R series. Lalu ada tambahan fitur Suzuki Drive Mode Switch (S-DMS). Teknologinya mirip dengan shift light, yang mengingatkan pengendara untuk pindah gigi. Dapat diatur kapan harus menyala, ada mode Eco dan Power. Apabila mau irit pilih mode Eco, dia bakal menyala di 4.500-5.500 rpm,

atau bila ingin kencang pilih mode Pwr, lampu menyala di 8.500 rpm. Di masanya, ia punya rival dari Honda, yaitu CS-1. Tapi produk Honda itu tumbang tak mampu menyaingi Sang Legenda.

#### **6. Suzuki Satria F150 (2013)**

Pada November 2013, Satria akhirnya mendapatkan perubahan secara menyeluruh. Walaupun tampak mirip, namun secara tampilan lebih ramping dan stylish. Hal ini dapat ditunjukkan dengan garis-garis tajam yang terlihat pada bagian buritan dan *headlamp*. Sedangkan mesin, rangka, dan fitur-fitur yang lainnya masih sama. Pada mulanya, digosipkan akan menggunakan teknologi injeksi, tetapi para petinggi Suzuki dari Jepang masih yakin dengan karburator. Di tahun yang sama, penjualan Suzuki Satria F150 tercatat sebanyak 1 juta unit. Karena prestasi itu, Suzuki membuat edisi khusus yang diberi nama Satria Fighter. Perbedaannya ada pada bagian blok mesin dan velg yang diwarnai emas (*gold*). Sedangkan spesifikasinya masih sama.

#### **7. New Suzuki Satria F150 (2015)**

Pada bulan Juni 2015, New Suzuki Satria mempunyai status baru yang disebabkan lulus uji emisi Euro3. Hal tersebut berkat pembaharuan di sektor gas buang, ada perubahan pada desain knalpot dan CDI. Di bagian yang lainnya masih sama dengan model sebelumnya.

#### **8. All New Suzuki Satria F150 (2016)**

Semakin maraknya motor berteknologi injeksi, baru pada bulan Februari 2016 muncul All New Suzuki Satria F150 FI. Menurut klaim performa mesin injeksi jauh lebih baik dibandingkan versi karburator. Oleh karena itu, Satria yang baru ini mengusung tagline “The Real DOHC” yang diklaim paling poerfull di kelasnya. Mesinnya mampu mengeluarkan tenaga 18,3 hp di 10.000 rpm dan torsi 13,8 Nm di 8.500 rpm. Fiturnya banyak, ada 1-push electric starter terbaru. Cukup dengan sekali menekan tombol starter, mesin langsung menyala. Security alaramnya sudah ada dan melalui remot khusus. Ada juga USB charger yang

tersimpan dalam kompartemen depan. Dengan adanya perangkat tersebut bisa dipastikan konektivitas pengendara dengan smartphonenya tetap terjaga. Ada enam pilihan warna, yaitu: aura yellow, stronger red, titan black dengan velg kelir merah, titan black, matte black (black predator), dan matte triton blue (MotoGP). Harga yang ditawarkan disesuaikan berdasarkan pilihan warna. Untuk varian standar harganya Rp23,5 juta, black fire, dan MotoGP Rp23,6 juta sedangkan black predator Rp23,8 juta.

Sumber : <https://oto.com/> (2019)

## **2.7 Identitas Responden**

Identitas responden adalah keterangan tentang karakteristik dari 100 sampel responden yang dipilih dengan menjelaskan deskripsi data primer meliputi jenis kelamin, pekerjaan, umur, pendidikan terakhir, status pernikahan, dan tahun mulai menggunakan pada 100 orang konsumen sepeda motor Suzuki Satria di PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang yang selanjutnya dipilih sebagai responden dalam penelitian ini. Identitas responden dalam penelitian ini tidak menjadi generalisasi dari seluruh populasi.

Data ini diperoleh dengan menggunakan alat (instrument) penelitian berupa kuesioner yang disebarkan secara langsung kepada responden yang memiliki kriteria yang sesuai untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini..

### **2.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 2. 2**  
**Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki - laki	83	83
2	Perempuan	17	17
	<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 2.2 di atas, diketahui bahwa data jenis kelamin laki-laki dari 100 sampel responden yang dipilih lebih banyak daripada perempuan, yaitu sebesar 83 responden (83%) laki-laki sedangkan perempuan sebesar 17 responden (17%).

### 2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur

Umur pada responden disertakan ke dalam identitas responden pada penelitian ini dikarenakan dari 100 sampel responden pengguna Suzuki Satria tidak hanya berasal dari kelompok dengan umur tertentu saja, namun juga berasal dari kelompok umur yang berbeda-beda. Adapun kelompok umur dari 100 responden yang menjadi sampel dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 2. 3**  
**Umur Responden**

No	Umur	Frekuensi	Presentase (%)
1	15-19	4	4
2	20-24	39	39
3	25-29	29	29
4	30-34	16	16
5	35-39	8	8
6	40-44	4	4
	<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 2.3 di atas dapat diketahui bahwa umur dari 100 sampel responden diketahui bahwa kelompok umur 20-24 tahun dengan jumlah sebesar 39 responden (39%). Adapun responden dengan jumlah paling sedikit adalah responden pada kelompok umur 15-19 tahun dan 40-44 tahun dengan jumlah yang sama sebesar 4 responden (4%)

### 2.7.3 Identitas Responden Berdasarkan Status Marital

Status marital merupakan salah satu pilihan yang menggambarkan hubungan antara seseorang dengan orang lain yang signifikan, seperti menikah dan belum menikah. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan gambaran status marital 100 sampel responden dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2. 4**  
**Status Marital Responden**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tidak Kawin	67	67
2	Kawin	33	33
	<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 2.4 di atas, dapat diketahui bahwa dari 100 sampel responden sebanyak 67 responden (67%) menyatakan tidak kawin sedangkan 33 responden (33%) lainnya sudah kawin.

### 2.7.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini maksudnya adalah pendidikan formal terakhir yang telah diselesaikan oleh 100 sampel responden hingga tamat pendidikan. Data mengenai pendidikan terakhir 100 sampel responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 2. 5**  
**Pendidikan Terakhir Responden**

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA/ SMK	42	42
2	Diploma	18	18
3	Sarjana	40	40
	<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 2.5 di atas, dapat dilihat bahwa dari 100 sampel responden dengan pendidikan terakhir terbanyak adalah SMA/ SMK dengan jumlah 42 responden (42%), sedangkan jumlah terkecil adalah pendidikan terakhir diploma yaitu sebesar 18 responden (18%).

### 2.7.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia secara aktif yang menghasilkan suatu imbalan jasa berupa uang atau yang lainnya.. Pekerjaan dari 100 sampel responden yang dipilih dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

**Tabel 2. 6**  
**Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/ Mahasiswa	26	26
2	Pegawai Swasta	51	51
3	PNS	8	8
4	Wiraswasta	15	15
	<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 2.6 di atas, dapat dilihat bahwa dari data 100 sampel responden terdiri dari Pegawai Swasta memiliki jumlah tertinggi yaitu sebanyak 51 responden (51%) dan sebagai yang terendah adalah PNS yaitu sebesar 8 responden (8%)



### 2.7.6 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Penghasilan dalam penelitian ini merupakan pendapatan yang diterima oleh seseorang sebagai timbal balik dari pekerjaan yang telah mereka lakukan dalam kurun waktu tertentu. Dari 100 sampel responden yang dipilih memiliki tingkat penghasilan yang berbeda-beda. Berikut merupakan pemaparan dari tingkat penghasilan:

**Tabel 2. 7**  
**Tingkat Pendapatan Responden**

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	< Rp3.000.000	44	44
2	> Rp3.000.000 - Rp5.000.000	39	39
3	> Rp5.000.000 - Rp7.000.000	15	15
4	> Rp7.000.000 - Rp9.000.000	2	2
5	> Rp9.000.000	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 2.6 tersebut, menunjukkan bahwa dari sampel 100 responden yang dipilih terbesar berjumlah 44 orang (44%) memiliki penghasilan kurang dari Rp3.000.000 per bulan. Sedangkan jumlah terkecil responden memiliki penghasilan Rp7.000.000 – Rp9.000.000 berjumlah 2 orang (2%).

### 2.7.7 Identitas Responden Berdasarkan Tipe Suzuki Satria Yang Digunakan

Berikut ini data mengenai tipe sepeda motor Suzuki Satria yang digunakan oleh 100 sampel responden yang telah dipilih:

**Tabel 2. 8**  
**Tipe Suzuki Satria Yang Digunakan Responden**

No	Tipe Motor	Frekuensi	Persentase
1	Satria FU150	7	7
2	Satria FU150 CKD	20	20
3	Satria F150	8	8
4	Satria F150 FI	65	65
	<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 2.8, terlihat dari 100 orang responden yaitu sebanyak 65 responden (65%) menggunakan Tipe Satria F150 FI dan jumlah terkecil dari responden yaitu sebesar 7 responden (7%) menggunakan Tipe Satria FU150.

### **2.7.8 Identitas Responden Berdasarkan Tahun Sepeda Motor Suzuki Satria Yang Digunakan**

Berikut ini data yang diperoleh dari 100 orang responden sebagai sampel terpilih yang menggunakan Suzuki Satria berdasarkan jangka waktu pemakaiannya:

**Tabel 2. 9**  
**Tahun Sepeda Motor Suzuki Satria Yang Digunakan**

No	Tahun	Frekuensi	Persentase
1	2016	50	50
2	2017	22	22
3	2018	17	17
4	2019	11	11
	<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 2.9, sebagian besar sepeda motor Suzuki Satria yang digunakan oleh 100 sampel responden saat ini dibeli pada tahun 2016 dengan jumlah 50 responden (50%) dan jumlah terkecil yaitu responden yang membeli sepeda motornya pada tahun 2019 dengan jumlah 11 responden (11%).