

**PETA *POSITIONING* SEPEDA MOTOR SPORT
DI BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI



Oleh

I WAYAN SUTEJA M.

1312110353

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2017



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi atau karya pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan pertanggungjawaban dan sepenuhnya berada dipundak saya.

Bandar Lampung, Agustus 2017



I Wayan Suteja M.
NPM : 1312110353

HALAMAN PERSETUJUAN

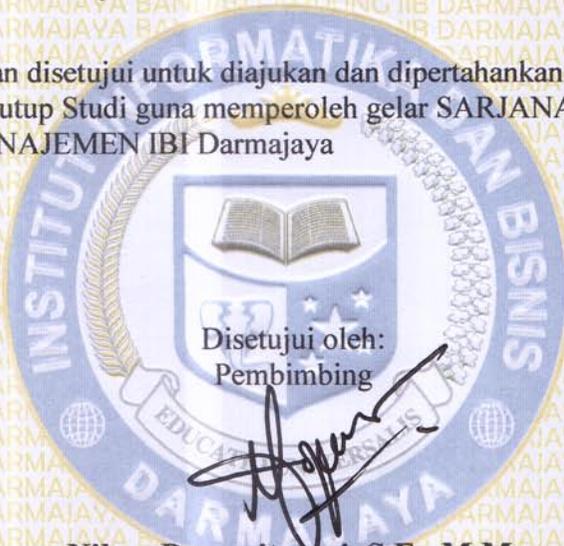
Judul Skripsi : **PETA POSITIONING SEPEDA MOTOR SPORT
DI BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **I WAYAN SUTEJA M.**

NPM : **1312110353**

Jurusan : **Manajemen**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam
Sidang Tugas Penutup Studi guna memperoleh gelar SARJANA EKONOMI
Pada Jurusan MANAJEMEN IBI Darmajaya



Disetujui oleh:
Pembimbing

Niken Paramitasari, S.E., M.M.

NIK 00711003

Mengetahui
Ketua Jurusan

Aswin, S.E., M.M.

NIK 10120605

HALAMAN PENGESAHAN

Pada tanggal 12 September 2017 telah diselenggarakan Sidang SKRIPSI dengan judul **PETA POSITIONING SEPEDA MOTOR SPORT DI BANDAR LAMPUNG**. Untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar SARJANA EKONOMI, bagi mahasiswa :

Nama Mahasiswa : **I WAYAN SUTEJA M.**

NPM : 1312110353

Jurusan : Manajemen

Dan telah dinyatakan **LULUS** oleh Dewan Penguji yang terdiri dari :

Nama

Status

Tanda tangan

1. **Aswin, S.E., M.M.**

- Penguji I

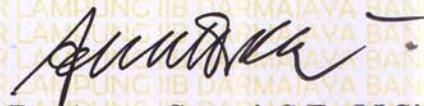


2. **M. Ariza Eka Yusendra, S.E., M.M.**

- Penguji II

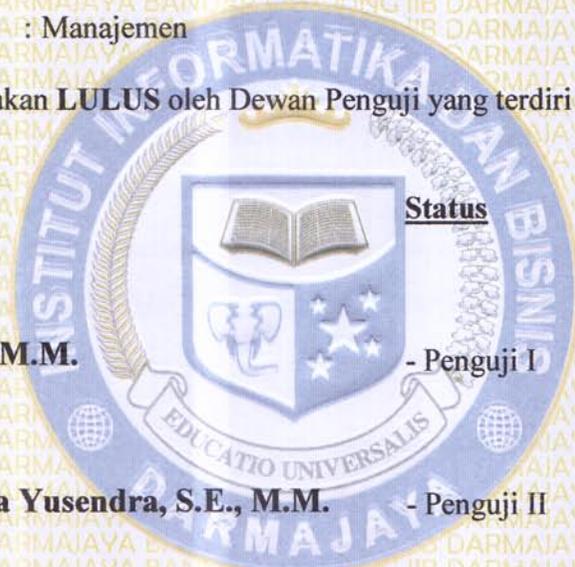


Dekan Fakultas Bisnis & Ekonomi IBI Darmajaya



Dr. Anuar Sanusi, S.E., M.Si.

NIK 30010203



ABSTRACT

POSITIONING MAP FOR SPORT BIKE IN BANDAR LAMPUNG

By

I Wayan Suteja M.

Positioning is the cornerstone for company because it is used for competition among the companies. The objective of this research was to find out the positioning map for the sport bikes in Bandar Lampung. The analytical tool used in this research was MDS. The type of the data of this research was the primary data. The number of samples in this research was 100 respondents who ride the sport bikes in Bandar Lampung. The result of this research was that Kawasaki, Yamaha, Honda and Suzuki brand had a different positioning in the consumer's mind seen from the price, engine quality, durability, color choice, body design, spare part, and fuel efficiency. The implication of this research is that the researcher provides the suggestion to the sport bike dealers for optimizing the durability, adjusted price, engine quality, body design, color choice, spare part availability, and the fuel efficiency.

Keywords: Positioning



DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
PRAKATA.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Bagi Penulis	8
1.5.2 Bagi Perusahaan	8
1.5.3 Bagi Institusi	8
1.6 Sistematika Penulisan	8

BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2 Pengertian <i>Positioning</i>	12
2.1.1 Pengertian <i>Positioning</i>	12
2.1.2 Tujuan <i>Positioning</i>	13
2.1.3 Prosedur <i>Positioning</i>	13
2.1.4 Strategi <i>Positioning</i>	15
2.1.5 Faktor Yang Mempengaruhi Strategi <i>Positioning</i>	15
2.3 <i>Positioning</i> Produk.....	16
2.1.1 Pengertian <i>Positioning</i> Produk	16
2.1.2 Strategi <i>Positioning</i> Produk	16
2.4 Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Sumber Data	20
3.3 Metode Pengumpulan Data	20
3.4 Populasi dan Sampel	21
3.4.1 Populasi	21
3.4.2 Sampel	21
3.5 Variabel	22
3.6 Definisi Operasional	22
3.7 Analisis MDS	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	26
4.1.1 Jenis Kelamin.....	26
4.1.2 Usia	26
4.1.3 Latar Pekerjaan.....	27

4.1.4 Latar Pendidikan	27
4.2 Hasil Analisis Multidimensional Scaling (MDS)	27
4.2.1 Penilaian Kendalan dan Kesahihan	28
4.2.2 Uji Konsistensi dan Kesamaan Sikap	29
4.2.2.1 Atribut Harga	29
4.2.2.2 Atribut Mesin	31
4.2.2.3 Atribut Durability	33
4.2.2.4 Atribut Pilihan Warna	35
4.2.2.5 Atribut Desain Body	37
4.2.2.6 Atribut Ketersediaan Sparepart	39
4.2.2.7 Atribut Tingkat Keiritan	41
4.2.3 Riset Peta Positioning Kekuatan Daya Saing Sepeda Motor Sport	42
4.2.3.1 Peta Positioning Harga	43
4.2.3.2 Peta Positioning Mesin	46
4.2.3.3 Peta Positioning Durability	48
4.2.3.4 Peta Positioning Pilihan Warna	51
4.2.3.5 Peta Positioning Desain Body	53
4.2.3.6 Peta Positioning Ketersediaan Sparepart	56
4.2.3.7 Peta Positioning Tingkat Keiritan	58
4.3 Hasil dan Pembahasan	61
4.3.1 Peta Positioning Berdasarkan Atribut Harga	61
4.3.2 Peta Positioning Berdasarkan Atribut Mesin	61
4.3.3 Peta Positioning Berdasarkan Atribut Durability	62
4.3.4 Peta Positioning Berdasarkan Atribut Pilihan Warna	63
4.3.5 Peta Positioning Berdasarkan Atribut Desain Body	63
4.3.6 Peta Positioning Berdasarkan Atribut Ketersediaan Sparepart	64
4.3.7 Peta Positioning Berdasarkan Atribut Tingkat Keiritan	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	66

5.1 Simpulan	66
5.2 Saran	67

Daftar Pustaka

DAFTAR TABEL

1.1 Data Penjualan Motor Nasional	5
2.1 Penelitian Terdahulu	19
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	23
3.2 Rekomendasi Penggunaan Nilai Stress	25
4.1 Sebaran Jenis Kelamin	26
4.2 Sebaran Usia	26
4.3 Sebaran Pekerjaan	27
4.4 Sebaran Pendidikan	27
4.5 Nilai Stress Produk Motor Sport	28
4.6 Nilai RSQ Produk Motor Sport	29
4.7 Perceived quality (responden pertama) Tentang Kemiripan Harga	43
4.8 Koordinat Motor Sport di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Harga	44
4.9 Perceived quality (responden pertama) Tentang Kemiripan Mesin	46
4.10 Koordinat Motor Sport di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Mesin	47
4.11 Perceived quality (responden pertama) Tentang Kemiripan Durability	48
4.12 Koordinat Motor Sport di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Durability.....	49
4.13 Perceived quality (responden pertama) Tentang Kemiripan Pilihan Warna ...	51
4.14 Koordinat Motor Sport di Kota Bandar Lampung Berdasarkan PilihanWarna.....	52
4.15 Perceived quality (responden pertama) Tentang Kemiripan Desain Body	53
4.16 Koordinat Motor Sport di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Desain Body	54
4.17 Perceived quality (responden pertama) Tentang Kemiripan Ketersediaan Sparepart	56
4.18 Koordinat Motor Sport di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Ketersediaan Sparepart	57
4.19 Perceived quality (responden pertama) Tentang Kemiripan	

Tingkat Keiritan	58
4.20 Koordinat Motor Sport di Kota Bandar Lampung Berdasarkan	
Tingkat Keiritan	59

DAFTAR GAMBAR

1.1 Data Penjualan Motor Nasional	6
2.1 Kerangka Pemikiran	19
4.1 Konsistensi Responden Berdasarkan Atribut Harga	30
4.2 Kesamaan Sikap Responden Berdasarkan Atribut Harga	30
4.3 Konsistensi Responden Berdasarkan Atribut Mesin.....	31
4.4 Kesamaan Sikap Responden Berdasarkan Atribut Mesin	32
4.5 Konsistensi Responden Berdasarkan Atribut Durability	33
4.6 Kesamaan Sikap Responden Berdasarkan Atribut Durability	34
4.7 Konsistensi Responden Berdasarkan Atribut Pilihan Warna	35
4.8 Kesamaan Sikap Responden Berdasarkan Atribut Pilihan Warna	36
4.9 Konsistensi Responden Berdasarkan Atribut Desain Body	37
4.10 Kesamaan Sikap Responden Berdasarkan Atribut Desain Body	38
4.11 Konsistensi Responden Berdasarkan Atribut Ketersediaan Sparepart	39
4.12 Kesamaan Sikap Responden Berdasarkan Atribut Ketersediaan Sparepart ...	40
4.13 Konsistensi Responden Berdasarkan Atribut Tingkat Keiritan	41
4.14 Kesamaan Sikap Responden Berdasarkan Atribut Tingkat Keiritan	42
4.15 Peta Positioning 2 Dimensi Berdasarkan Atribut Harga.....	45
4.16 Peta Positioning 2 Dimensi Berdasarkan Atribut Mesin	47
4.17 Peta Positioning 2 Dimensi Berdasarkan Atribut Durability	50
4.18 Peta Positioning 2 Dimensi Berdasarkan Atribut Pilihan Warna.....	52
4.19 Peta Positioning 2 Dimensi Berdasarkan Atribut Desain Body.....	55
4.20 Peta Positioning 2 Dimensi Berdasarkan Atribut Ketersediaan Sparepart	57
4.21 Peta Positioning 2 Dimensi Berdasarkan Atribut Tingkat Keiritan	60

DAFTAR LAMPIRAN

1. Rekapitulasi Kuisisioner
2. Hasil Analisis MDS

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi telah memberikan pengaruh yang besar terhadap laju pertumbuhan ekonomi dunia, termasuk perekonomian Indonesia. Industri otomotif ialah salah satu faktor penggerak dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Industri otomotif saat ini tengah dihadapkan pada sebuah tantangan yang serius yaitu berupa tingkat persaingan yang semakin kompetitif. Terlebih dengan adanya era globalisasi seperti saat ini, persaingan bisnis di industri otomotif menjadi sangat tajam baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional atau global.

Industri otomotif dapat digolongkan menjadi beberapa jenis, diantaranya adalah industri sepeda motor, dan industri mobil. Meningkatnya mobilitas masyarakat pada saat ini dan didukung dengan kurang representatifnya transportasi umum di Indonesia membuat industri otomotif mobil maupun sepeda motor berkembang dengan pesat. Pemerintah dianggap tidak mampu untuk memberikan pelayanan transportasi yang baik kepada masyarakat. Hal ini menjadikan masyarakat memiliki keinginan yang tinggi untuk menggunakan kendaraan pribadi baik kendaraan roda dua maupun roda empat, hal tersebut menjadi salah satu alasan industri ini mengalami pertumbuhan yang pesat. Saat ini setiap perusahaan berkonsentrasi untuk mendapatkan posisi terbaik dipasar daripada hanya sekedar bertahan hidup. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya berusaha mendapatkan konsumen yang baru tetapi juga berusaha keras untuk mempertahankan pelanggan yang telah mereka dapatkan. Harapan konsumen juga merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena ekspektasi konsumen terhadap mutu suatu produk terus meningkat. Sekarang ini produk yang ditawarkan sudah sangat banyak dan bervariasi, maka perusahaan harus mengerti bahwa pelanggan cenderung akan memilih penawaran yang sesuai dengan kebutuhan

dan harapan, yang selanjutnya konsumen akan membeli produk dengan berdasarkan pandangan nilai akan produk tersebut. Perubahan yang mendasar, cara pemikiran pemasaran adalah paradigma dari penjualan menjadi penciptaan pelanggan. Sekarang ini kondisi kekuatan pasar ada ditangan pembeli, sehingga perusahaan harus mampu mengetahui dan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, persepsi dan gaya hidup guna mencapai kepuasan pelanggan. Perusahaan harus mampu menciptakan keunggulan atas produknya dalam persepsi pelanggan, sehingga pandangan baik pelanggan atas produk terus ada dalam benaknya.

Positioning merupakan hal penting yang dibutuhkan oleh perusahaan, *brand*, atau produk agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Berbagai cara dilakukan oleh perusahaan, *brand*, atau produk agar dapat menciptakan *positioning* yang diharapkan di masyarakat. Cara komunikasi yang digunakan untuk menciptakan *positioning* tidak sembarangan. Menciptakan *positioning* harus dikonsep dengan matang dari merumuskan pesan yang akan disampaikan, siapa yang akan menyampaikannya, kepada siapa akan disampaikan, kapan waktu yang tepat untuk menyampaikannya, dan bagaimana caranya. *Positioning* menurut Kotler and Keller (2009, p.292) adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas dibandingkan para pesaing di dalam benak pelanggan sarannya. Tujuannya adalah menempatkan merek dalam pikiran konsumen untuk memaksimalkan potensi manfaat perusahaan. *Positioning* dapat menjadi sebuah jembatan yang menghubungkan antara perusahaan dengan target pasarnya. Oleh karena itu, *positioning* menjadikan desain *company's image* nyata sehingga pelanggan sasaran mengerti dan memahami apa arti keberadaan perusahaan dalam kaitannya dengan keberadaan para pesaingnya.

Memuaskan konsumen dengan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing merupakan salah satu kunci awal dalam merebut kendali

persaingan pasar. Konsumen pada akhirnya akan memutuskan produk-produk yang akan menjadi pilihan mereka, dengan tingkat kepuasan yang tinggi dari segi harga, kualitas pada produk barang atau jasa maka pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam hal ini penjual harus dapat memberikan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Produk yang ditawarkan haruslah mempunyai keunggulan dengan produk lainnya. Keunggulan yang dimiliki dapat meningkatkan keinginan konsumen sebelum melakukan pembelian. Untuk mendapatkan tingkat penjualan yang baik produsen harus dapat menawarkan beraneka jenis bentuk, fasilitas teknologi yang dimiliki oleh suatu produk. Dalam persaingan memasarkan produk dengan tujuan menciptakan pelanggan, perusahaan perlu membangun strategi pemasaran yang baik. Strategi yang harus dilakukan dalam upaya mencapai target pemasaran dimulai dari dalam perusahaan, khususnya produk yang diciptakan oleh perusahaan. Perusahaan di dalam upaya memasarkan produknya selain dengan promosi masih perlu strategi pemasaran lain yang baik dan tepat. Seluruh strategi pemasaran dibangun diatas STP yaitu *Segmenting* (segmentasi), *Targeting* (pembidikan), dan *Positioning* (penetapan posisi). Perusahaan mencari sejumlah kebutuhan dan kelompok yang berbeda dipasar, membidik kebutuhan dan kelompok yang dapat dipuaskannya dengan cara yang unggul, dan selanjutnya memposisikan tawarannya sedemikian rupa sehingga pasar sasaran mengenal tawaran dan citra khas perusahaan tersebut. Pengertian penempatan posisi Positioning merupakan tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan untuk menempati tempat khusus dalam benak target pasar. Tujuannya adalah untuk menempatkan merek dalam benak konsumen untuk memaksimalkan potensi keuntungan perusahaan (Kotler dan Keller, 2012:276).

Prasurvey (2017) yang dilakukan peneliti dilapangan dengan cara wawancara kepada 35 konsumen motor sport, menunjukkan bahwa 32 % konsumen cenderung memilih membeli produk yang berasal dari produsen Kawasaki karena produk yang berasal dari Kawasaki memiliki keunggulan yang lebih dibandingkan pesainnya yaitu Honda, Yamaha dan Suzuki. Kawasaki memiliki kelebihan karena memang target pasar mereka di penjualan motor sport sehingga konsumen cenderung akan memilih membeli produk dari kawasaki dibandingkan produk dari produsen lain walaupun produsen lain seperti Honda, Yamaha, Suzuki memiliki kelebihan masing-masing. Produk honda yaitu Honda CBR250 memiliki kelebihan yaitu dibekali suspensi depan upside down sehingga lebih nyaman untuk digunakan dijalanan. Untuk Yamaha dengan motor sport kelas 250cc yaitu Yamaha R25 memiliki keuggulan yaitu headling yang nyaman saat berkendara dan memang itu kebeihan produk yamaha yang susah disaingi oleh pesaingnya. Sedangkan Suzuki dengan produknya yaitu Suzuki Inazuma memiliki kelebihan dengan desain untuk bikers pencinta touring. Strategi *positioning* yang dilakukan oleh Kawasaki menepatkan produk kelas motor sport menjadi produk penjualan utama dibandingkan yang dilakukan oleh pesaingnya yang menempatkan penjualan utama pada motor kecil baik itu matic maupun non matik. Namun pada beberapa tahun belakangan tingkat peminat untuk kelas motor di indonesia dan khususnya dilampung mengalai peningkatan sehingga produsen lain yaitu Honda, Yamaha dan Suzuki mulai mengeluarkan produk yang serupa dengan Kawasaki yaitu motor Sport kelas 250cc.

Strategi penempatan posisi ini harus mampu dilakukan oleh Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki dengan baik untuk upaya mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan tersebut. Untuk mengetahui nilai atau manfaat yang dianggap penting oleh konsumen bukanlah hal yang mudah, mengingat produk atau jasa yang beredar di pasar sangat beragam. Konsumen menyikapi informasi mengenai produk atau jasa tersebut sesuai dengan persepsi masing-masing. Persepsi itulah yang akan mempengaruhi

mereka dalam pengambilan keputusan pembelian. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang kemudian diikuti dengan pencarian informasi.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat melakukan identifikasi masalah-masalah yang berkaitan ini :

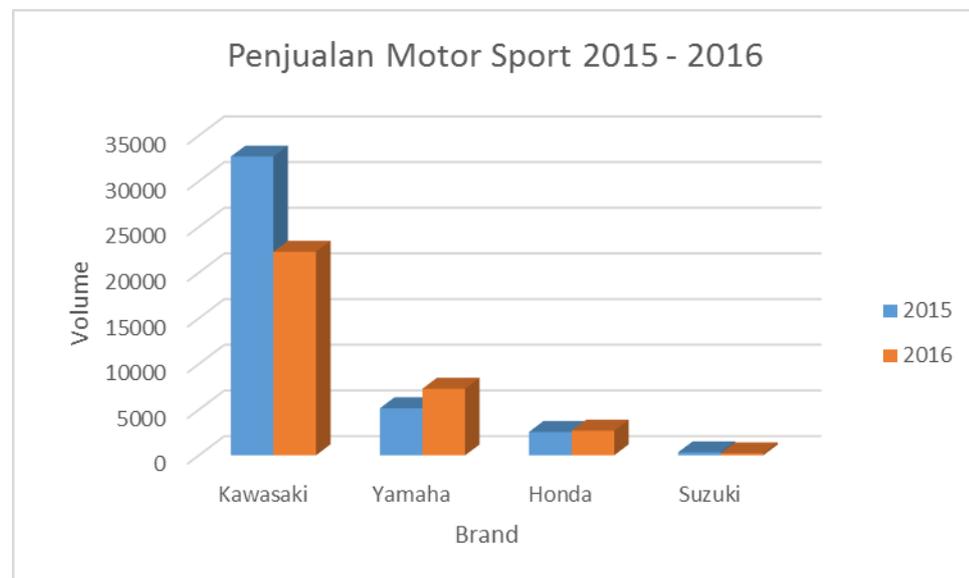
- a. Tingkat persaingan yang semakin ketat. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya perusahaan yang bergerak di industri otomotif sehingga PT Kawasaki, Honda, Yamaha, dan Zuzuki harus siap dengan inovasi- inovasi terbaru dari produknya.
- b. Masuknya beberapa pesaing baru menyasar segmen pasar yang sama dengan strategi menawarkan harga lebih murah.
- c. PT Kawasaki, Honda, Yamaha, dan Zuzuki mempromosikan produknya melalui berbagai media untuk menunjukan langsung produknya kepada konsumen.
- d. Masih terjadi keluhan konsumen karena kinerja yang kurang optimal, baik dari pelayanan haraga dan sebagainya .

Baik produsen Honda, Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki ,menciptakan produk-produk sesuai keinginan konsumen baik itu motor kecil maupun motor besar. Banyaknya produsen sepeda motor yang memproduksi jenis motor sport mengindikasikan bahwa masing-masing produsen sepeda motor tersebut menghadapi persaingan yang berarti, sehingga konsekuensi yang harus dihadapi adalah bagaimana memenangkan persaingan dan berupaya meningkatkan jumlah pelanggan. Salah satu cara untuk melihat posisi persaingan adalah dengan mengetahui *positioning (image)* terhadap produk yang ditawarkan.

Tabel 1.1 Data Penjualan Motor Nasional

No	Merek	2016	2015
1	Kawasaki	22.277	32.706
2	Yamaha	7.295	5.150
3	Honda	2.698	2.567
4	Suzuki	222	327
Total		32.492	40.957

Sumber : <http://id.priceprice.com/news/> (2017, diakses pada 15 April 2017)



Sumber : <http://id.priceprice.com/news/> (2017, diakses pada 15 April 2017)

Gambar 1.1 Data Penjualan Motor Nasional

Dapat dilihat dari tabel 1.1 dan gambar 1.1 bahwa penjualn motor sport mengalami penurunan kecuali pada Yamaha dan Honda. pembelian motor

Sport Kawasaki pada tahun 2016 memiliki penjualan yang paling banyak dengan penjualan sebesar 22.277 unit dibandingkan pesaing terdekatnya yaitu Yamaha dengan penjualan sebesar 7.295 unit. Kemudian disusul oleh Honda dengan penjualan sebesar 2.698 unit dan yang terakhir adalah Suzuki dengan penjualan sebesar 222 unit. Apabila dilihat berdasarkan prasurvey yang dilakukan Kawasaki dikatakan sudah sangat baik. Kawasaki memiliki berbagai jenis motor besar sehingga dapat mendongkakan penjualannya. Kawasaki memiliki beberapa jenis motor besar yang bekapasitas 250cc seperti Kawasaki Ninja 250, Kawasaki Ninja RR Mono, Kawasaki KLX 250S, Kawasaki Z250, Kawasaki Z250SL, Kawasaki Estrella dibandingkan pesaingnya yang memiliki sedikit varian motor 250 cc. Sehingga dengan demikian konsumen dapat memilih motor dengan kapasitas 250cc sesuai dengan keinginannya tidak hanya terpaku pada jenis motor sport saja namun konsumen memiliki pilihan untuk membeli motor kelas 250cc adventure, classic, street fighter dan lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara prasurvey (2017) motor sport Kawasaki dianggap sebagai motor sport yang paling disukai sedangkan data pada Gambar 1.1 menyebutkan motor sport Kawasaki mengalami penurunan dalam penjualan. Berdasarkan uraian diatas, penulis mencoba untuk mempelajari dan menganalisis strategi penempatan posisi motor sport di Bandar Lampung, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “ **PETA POSITIONING SEPEDA MOTOR SPORT DIBANDAR LAMPUNG.**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas pada latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat dibentuk perumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimanakah peta *positioning* sepeda motor sport di Bandar Lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan sepeda motor sport.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah *positioning* sepeda motor sport di Bandar Lampung.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah bandar lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan april 2017 s.d oktober 2017.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah manajemen pemasaran.

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui peta *positioning* sepeda motor sport di Bandar Lampung

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi peneliti

Untuk menambah pemahaman serta lebih mendukung teori-teori yang telah ada berkaitan dengan masalah yang telah diteliti serta untuk mengimplementasikan dan memperkaya ilmu pengetahuan yang lebih didapat dibangku perkuliahan.

1.5.2 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk membantu dalam menentukan langkah – langkah strategi pemasaran yang berorientasi pada peningkatan volume penjualan.

1.5.3 Bagi Institusi

Menambah referensi bagi fakultas Manajemen Bisnis dan Ekonomi IBI Darmajaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang terbatas dalam tiap-tiap Bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan tentang “Peta *Positioning* Sepeda Motor Sport Dibandar Lampung”.

Bab II : Landasan Teori

Berisikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan manajemen pemasaran, positioning.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang jenis dari penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, metode analisis data, serta pengujian hipotesis

Bab IV : Hasil Dan Pembahasan

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian motor kawasaki di bandar lampung.

Bab V : Simpulan Dan Saran

Dalam bab ini berisikan simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran

Menurut Kolter (2009,p.5) Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Manajemen pemasaran terjadi apabila sekurang-kurangnya satu pihak dari pertukaran potensial memikirkan cara untuk mendapatkan tanggapan dari pihak lain sesuai dengan yang dikehendaki.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi dalam usaha mencapai tujuan. Berhasil tidaknya mencapai tujuan tergantung dari keahlian mereka dibidang pemasaran, produksi, dan bidang-bidang lain yang menunjang tujuan tersebut. Pemasaran suatu perusahaan atau organisasi dapat ditempuh dengan berbagai macam cara.

Menurut Kotler (2009, p.05) pemasaran adalah suatu proses yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Kotler dan Keller (2009, p.05) mendefinisikan pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Pemasaran merupakan kegiatan yang memegang peranan penting terutama dalam pasar yang tingkat persaingannya tinggi. Pentingnya kegiatan pemasaran dikarenakan kegiatan yang dilakukan berhubungan langsung dengan pengguna karena itu perusahaan harus mengetahui kebutuhan yang diperlukan oleh pengguna. Pemasaran mengarahkan kegiatan perusahaan dan mengkoordinasi kebutuhan pengguna

baik barang maupun jasa. Pemasaran juga merupakan unsur yang penting untuk mencapai laba, karena itu barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan tanpa dukungan pemasaran yang efektif maka kemungkinan untuk berhasil sangat kecil.

American Marketing Association (Kotler dan Keller, 2009,p.5), mendefinisikan bahwa pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan serta mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Dari pengertian diatas, dapat diartikan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu proses yang meliputi perencanaan, pendistribusian dan mempromosikan barang dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Dalam usaha menciptakan strategi pemasaran yang baik, perusahaan harus memperhatikan konsep bauran pemasaran, dalam bidang pemasaran akan selalu berkaitan dengan unsur-unsur yang terdapat dalam bauran pemasaran.

Pengertian bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller (2009,p.23) dalam Cristian (2013), adalah seperangkat peralatan pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran”.

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasarnya yang meliputi desain produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang merupakan salah satu tanggung jawab utama manajer perusahaan.

b. Harga adalah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk tersebut yang meliputi penutupan harga sesuai dengan nilai produk yang dapat dijangkau oleh konsumen.

c. Tempat (*Place*)

Distribusi merupakan aktivitas pemasaran untuk membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran, kegiatan ini meliputi pendistribusian produk melalui berbagai saluran distribusi produk sehingga lebih dekat atau mudah didapat oleh para konsumen.

d. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membeli produk perusahaan, aktivitas ini mempengaruhi konsumen agar konsumen tertarik dan berminat membelinya produk.

2.2 Positioning

2.2.1 Pengertian *Positioning*

Positioning menurut Kotler and Keller (2009:292) adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas dibandingkan para pesaing di dalam benak pelanggan sarannya. Tujuannya adalah menempatkan merek dalam pikiran konsumen untuk memaksimalkan potensi manfaat perusahaan. *Positioning* dapat menjadi sebuah jembatan yang menghubungkan antara perusahaan dengan target pasarnya. Oleh karena itu, *positioning* menjadikan desain *company's image* nyata sehingga pelanggan sasaran mengerti dan memahami apa arti keberadaan perusahaan dalam kaitannya dengan keberadaan para pesaingnya. *Positioning* dengan kata lain adalah bagaimana sebuah produk dimata konsumen yang membedakannya dengan produk pesaing.

2.3.3 Tujuan *Positioning*

Tujuan *positioning* menurut Tjiptono (2008,p.112), adalah sebagai berikut:

1. Untuk menempatkan atau memposisikan produk di pasar sehingga produk tersebut terpisah atau berbeda dengan produk pesaing.
- 2 Untuk memposisikan produk sehingga dapat menyampaikan beberapa hal pokok kepada pelanggan.

Dalam kasus *positioning* multi merek (*multiple brand*) tujuan pokoknya

adalah :

1. Untuk mencapai pertumbuhan dengan jalan menawarkan bermacam-macam produk kepada segmen-segmen pasar yang berbeda.
2. Untuk menghindari ancaman persaingan terhadap merek tunggal.

Tujuan *positioning* menurut Kotler dan Keller (2009,p.292), adalah menempatkan merek dalam konsumen untuk memaksimalkan manfaat potensial bagi perusahaan. Untuk mencapai hasil seperti yang diharapkan, pemenuhan sejauh mungkin kebutuhan segmen-segmen pasar yang spesifik, meminimumkan atau membatasi terjadinya perubahan yang mendadak dalam penjualan dan menciptakan keyakinan pelanggan atau konsumen terhadap merek yang ditawarkan.

2.3.4 Prosedur *Positioning*

Menurut Tjiptono (2008,p.112), prosedur untuk melakukan penempatan posisi yang meliputi tujuh langkah pokok, yaitu :

1. Menentukan produk/pasar yang relevan. Pendataan kebutuhan pelanggan untuk melakukan *positioning* dengan tepat, maka pemasar perlu mendata semua kebutuhan dan keinginan yang mungkin dapat dipenuhi oleh suatu produk.
2. Mengidentifikasi pesaing, baik pesaing primer maupun pesaing sekunder.
3. Menentukan cara dan standar yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi pilihan untuk memenuhi kebutuhan mereka.
4. Mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap posisi pesaing (membuat *perceptual map*). Pemasar perlu mengidentifikasi posisi yang ditempati pesaing dengan menggunakan *perceptual map* yang didasarkan pada atribut produk, situasi pemakai atau kelompok pemakai.
5. Mengidentifikasi kesenjangan posisi. Melalui analisis terhadap posisi berbagai produk yang saling bersaing, maka dapat ditentukan

daerah-daerah atau aspek-aspek yang belum tergarap maupun yang telah digarap banyak pesaing.

6. Merencanakan dan melaksanakan strategi *positioning*. Setelah pasar sasaran ditentukan dan posisi yang dikehendaki ditetapkan, maka pemasar harus merancang program pemasaran yang dapat memastikan bahwa semua informasi mengenai produk atau merek yang disampaikan kepada pasar akan menciptakan persepsi yang diinginkan dalam benak konsumen.
7. Memantau posisi. Posisi aktual suatu produk atau merek perlu dipantau setiap saat guna melakukan penyesuaian terhadap setiap kemungkinan perubahan lingkungan.

2.3.5 Pendekatan *Positioning*

Menurut Tjiptono (2008,p.110), ada tujuh pendekatan yang dapat digunakan untuk melakukan *positioning*, yaitu :

1. *Positioning* berdasarkan atribut, ciri-ciri atau manfaat bagi pelanggan (*attribute positioning*), yaitu dengan jalan mengasosiasikan suatu produk dengan atribut tertentu, karakteristik khusus, atau dengan manfaat bagi pelanggan.
2. *Positioning* berdasarkan harga dan kualitas (*price and quality positioning*), yaitu *positioning* yang berusaha menciptakan kesan/citra berkualitas tinggi lewat harga tinggi atau sebaliknya menekan harga murah sebagai indikator nilai.
3. *Positioning* yang dilandasi aspek penggunaan atau aplikasi (*use/application positioning*).
4. *Positioning* berdasarkan pemakai produk (*use positioning*), yaitu mengkaitkan produk dengan kepribadian atau tipe pemakai.
5. *Positioning* berdasarkan kelas produk tertentu (*product class positioning*)
6. *Positioning* berkenaan dengan pesaing (*competitor positioning*), yaitu dikaitkan dengan posisi persaingan terhadap pesaing utama.

7. *Positioning* berdasarkan manfaat (*benefit positioning*).

2.3.6 Kesalahan Dalam Melakukan *Positioning*

Menurut Kotler dan Keller (2007,p.342), kesalahan-kesalahan dalam melakukan *positioning*, sebagai berikut :

1. Penentuan posisi yang kurang (*underpositioning*)
Produk tersebut tidak memiliki posisi yang jelas sehingga dianggap sama saja dengan kerumunan produk lainnya di pasar, masalahnya konsumen tidak bisa membedakan dengan merek lainnya.
2. Penentuan posisi yang berlebihan (*overpositioning*)
Pemasar terlalu sempit memposisikan produknya sehingga mengurangi minat konsumen yang masuk dalam segmen pasarnya.
3. Penentuan posisi yang membingungkan (*confused positioning*)
Pemasar menekankan atribut yang terlalu banyak pada produknya sehingga konsumen mengalami keraguan.
4. Penentuan posisi yang meragukan (*doubtful positioning*)
Positioning diragukan kebenarannya karena tidak didukung bukti yang memadai. Konsumen tidak percaya karena selain tidak didukung bukti yang kuat atau *marketing mix* yang ditetapkan tidak konsisten dengan keberadaan produk.

2.3.7 *Positioning* Produk

2.3.1 Pengertian *Positioning* Produk

Dalam proses *positioning* selalu dimulai dengan *positioning* produk. Menurut Mc Kenna (Kotler, 2009 : 230), proses *positioning* harus dimulai dari produk itu sendiri. Untuk mendapatkan *positioning* produk yang kuat, perusahaan harus memberikan pembeda yang jelas atas produknya dibanding produk sejenis dipasaran, sehingga produk tersebut akan memiliki *positioning* yang kuat di pasar. Menurut Kotler (2009 : 247) penempatan produk atau *product positioning* adalah cara produk didefinisikan oleh

konsumen terhadap atribut penting, tempat di mana produk berada dalam pikiran konsumen dibandingkan dengan produk pesaing.

2.3.2 Strategi *Positioning* Produk

Positioning produk sangat berhubungan dengan segmentasi pasar karena penempatan produk tersebut ditujukan melayani target market tertentu. Oleh karena itu, strategi *positioning* produk sebagai sesuatu digunakan untuk menanamkan suatu citra produk di benak konsumen sehingga produk tersebut terlihat menonjol dibandingkan dengan produk pesaing. Fokus utamanya adalah bagaimana caranya sehingga konsumen mempunyai persepsi yang sama dengan yang diharapkan produsen tentang produk yang ditawarkan. Menurut Kotler (2008:410) yang dialih bahasakan oleh Jaka Wasana untuk menyusun strategi penempatan produk yang dapat dilakukan pemasar dalam memasarkan produk kepada konsumen yang dituju, antara lain:

1. Penempatan berdasarkan atribut.
Perusahaan memposisikan diri menurut atribut, seperti ukuran, lama keberadaannya. Misalnya motor sport diiklankan oleh lelaki yang maskulin.
2. Penempatan berdasarkan manfaat.
Produk diposisikan sebagai pemimpin berdasar manfaat tertentu. Misalnya, *Knott's Berry Farm* dapat memposisikan diri sebagai taman hiburan yang memberikan pengalaman fantasi, seperti hidup di jaman keemasan koboi *Old West*.
3. Penempatan berdasarkan penggunaan / penerapan
Memposisikan produk sebagai yang terbaik untuk sejumlah penggunaan atau penerapan. *Japanese Deer Park* dapat memposisikan diri untuk wisatawan yang hanya mempunyai waktu satu jam dan ingin memperoleh hiburan singkat.
4. Penempatan berdasarkan pemakai

Memposisikan produk sebagai yang terbaik bagi sejumlah kelompok pemakai. Misalnya, *Magic Mountain* dapat mengiklankan diri sebagai taman hiburan untuk “pencari tantangan”.

5. Penempatan berdasarkan mutu / harga

Produk diposisikan sebagai menawarkan nilai terbaik. Misalnya, *Busch Gardens* dapat memposisikan diri sebagai menawarkan “nilai terbaik” atas uang yang dikeluarkan oleh pelanggan.

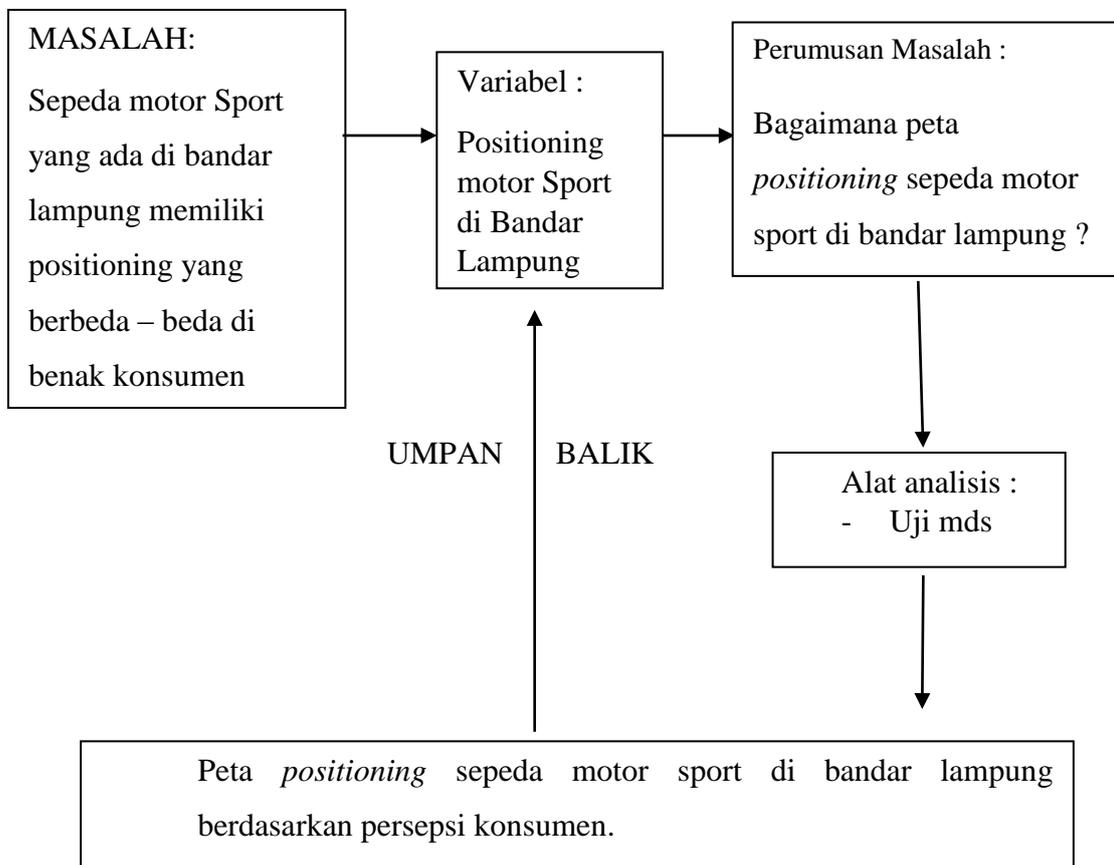
Menurut Kotler (2008:402), untuk menentukan strategi pemosisian produk (*positioning product*) diperlukan beberapa faktor, yaitu: *attributes* (atribut), *price / quality* (harga / kualitas), *competitors* (pesaing), *application* (aplikasi), *produk user* (pengguna produk), dan *product class* (kelas produk)”, dan agar strategi memosisikan produk dapat seperti yang diinginkan oleh perusahaan, maka lakukan:

1. Atribut (*attributes*).
2. Kekuatan dan kelemahan produk (*product strengths and weaknesses*).
3. Peluang pasar (*market opportunities*).
4. Perkembangan pasar (*market evolution*).

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu, maka penulis memilih melakukan penelitian *positioning* produk yang mengacu kepada Kotler (2008:410) yang dialih bahasakan oleh Jaka Wasana dengan indikator sebagai berikut :

- 1) Penempatan berdasarkan atribut.
- 2) Penempatan berdasarkan manfaat.
- 3) Penempatan berdasarkan penggunaan / penerapan.
- 4) Penempatan berdasarkan pemakai.
- 5) Penempatan berdasarkan mutu / harga.

2.4 Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Analisis kuantitatif menurut Sugiyono (2015,) adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme yang bersifat statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Sumber Data

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus. Jenis data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari objek penelitian dan data-data jurnal, surat kabar internet atau melalui dokumentasi bertujuan untuk mengetahui konsep konsep yang berkaitan dan mendukung penelitian.

3.3 Metode Pengumpulan Data

- a. Dokumentasi, yaitu pengambilan data secara langsung maupun terhadap objek penelitian mengenai masalah yang diteliti.
- b. Kuesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui pengisian kuesioner secara langsung terhadap responden yang telah ditentukan sebagai sampel penelitian. Data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian yaitu mengenai pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. Untuk menyaring terhadap data tersebut, maka disediakan lima alternatif jawaban dengan masing-masing skor sebagai berikut:
 - Jawaban Sangat Mirip (SM) diberi skor 5
 - Jawaban Mirip (M) diberi skor 4
 - Jawaban Netral (N) diberi skor 3
 - Jawaban Tidak Mirip (TM) diberi skor 2
 - Jawaban Sangat Tidak Mirip (STM) diberi skor 1
- c. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono, (2015:117). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah berdasarkan jumlah pembeli motor sport selama 2016 yaitu sebanyak 32.492 orang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:p. 118). Teknik pengambilan sampel

dalam penelitian ini menggunakan Nonprobability Sampling dengan teknik purposive sampling. Nonprobability Sampling yaitu pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama dari setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik purposive sampling yaitu penelitian sampel dengan pertimbangan tertentu, sampel pada penelitian ini adalah pengguna motor kawasaki. Penelitian menggunakan rumusan penentu ukuran sampel yang dinyatakan oleh *Slovin* (Etta Sopiah, 2010, p.189) dengan batas kesalahan 10%. Rumus menghitung ukuran sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan :

n : Besarnya sampel

N : Ukuran populasi

e : Persen kelonggaran ketidak telitian

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya sampel adalah :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)} = \frac{32492}{1 + 32494(0,1)^2} = \frac{32492}{334,92} = 97,01 = 97 \text{ responden}$$

Dengan kriteria yang yang dijadikan sampel usia diatas 18 tahun dan yang bertempat tinggal di bandar lampung sebanyak 97 responden yang dibulatkan menjadi 100 orang responden.

3.5 Variabel Penelitian

Sugiyono (2015:60): variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh formasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang diteliti di dalam penelitian ini adalah positioning.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi :

Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional Atribut

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator
<i>Positioning</i>	<i>Positioning</i> menurut Kotler and Keller (2009:292) adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas dibandingkan para pesaing di dalam benak pelanggan sasaran	Strategi yang digunakan untuk memasuki jendela otak konsumen dengan membuat citra produk dan mengandung arti tertentu untuk terus berada dalam benak konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga 2. Mesin 3. Durability 4. Pilihan Warna 5. Desain Body 6. Ketersediaan Sparepart 7. Tingkat Keiritan

3.7 Analisis MDS

Model analisis data menggunakan MDS yang merupakan suatu teknik statistik yang mengukur obyek-obyek dalam ruangan multidimensional didasarkan pada penilaian responden mengenai kemiripan (*similarity*) obyekobyek tersebut (Narimawati, 2008:15). MDS adalah teknik multivariat dalam golongan *interdependenced technique*, yaitu kedudukan setiap variabel sama, tidak ada variabel dependen dan variabel independen. MDS adalah salah satu prosedur yang digunakan untuk memetakan persepsi para responden secara visual dalam peta geometri. Peta geometri tersebut yang disebut *perceptual map*, yaitu peta yang menunjukkan obyek mana yang sangat mirip dan mana yang sangat tidak mirip.

Untuk menggunakan teknik analisis ini persyaratan yang harus dipenuhi diantaranya adalah (Narimawati, 2008:16):

- a. Data dapat menggunakan berbagai skala pengukuran, misalnya interval, rasio, ordinal, dan nominal;
- b. Jika data dalam bentuk keterbedaan, maka data tersebut harus kuantitatif dan diukur dengan skala pengukuran matrik yang sama, misalnya skala pengukuran interval. Jika data merupakan data multivariat, maka variabelvariabel dapat berupa kuantitatif, biner atau data hitungan. Jika data mempunyai perbedaan dalam skala, misalnya ada rupiah, tahun, meter, dan seterusnya, maka data tersebut harus distandardisasi terlebih dahulu dengan menggunakan prosedur yang ada.

Langkah- langkah analisis MDS adalah sebagai berikut:

- a. Merumuskan masalah, yaitu menyebutkan secara khusus maksud dari hasil MDS akan dipergunakan dan memilih stimulus atau obyek yang akan dimasukkan ke dalam analisis. Dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui *Positioning* motor besar di bandar lampung.
- b. Memperoleh input data, yaitu input data diperoleh dari responden, bisa secara langsung (*direct*) atau diturunkan (*derived*);
- c. Memilih prosedur MDS, yaitu faktor yang mempengaruhi pemilihan suatu prosedur adalah analisis MDS akan dilakukan pada tingkat responden secara individu (*disaggregate level*) yaitu data dianalisis secara terpisah untuk setiap responden sehingga menghasilkan peta positioning untuk setiap individu atau pada tingkat kelompok (*aggregate level*) yaitu data individu dianalisis secara mengelompok sehingga menghasilkan peta positioning untuk kelompok tertentu, dan penelitian ini memilih prosedur pada tingkat kelompok (*aggregate level*) karena untuk mengetahui positioning motor besar di bandar lampung
- d. Menentukan banyaknya dimensi yang tujuan utama analisis MDS adalah untuk mendapatkan suatu peta persepsi yang secara tepat mewakili input data (*the best fit*) dengan dimensi sesedikit mungkin 2, 3 atau 4, dan pada penelitian ini dimensi yang dipergunakan ada 2 karena sudah secara tepat mewakili input data (*the best fit*);

- e. Memberikan label dimensi dan interpretasi konfigurasi, yakni dimensi mewakili lebih dari satu atribut, konfigurasi atau peta persepsi diinterpretasikan dengan mengkaji koordinat dan posisi relatif dari merek, merek atau stimulus yang letaknya berdekatan akan bersaing keras, sedangkan merek yang berjauhan dalam arah suatu *descriptor* akan sangat kuat perbedaannya;
- f. Evaluasi keandalan dan kesahihan, yakni ketepatan suatu pemecahan analisis MDS dinilai dengan ukuran *stress*, *stress* adalah ukuran untuk menunjukkan kurang tepatnya (*lack of fit*), semakin besar nilai *stress* semakin tidak tepat bagi peta persepsi mewakili input data, rumus *stress* dari Kruskal, rekomendasi penggunaan nilai *stress* disajikan dalam Tabel 3.2. Indeks ketepatan R^2 (*R square*) juga harus dikaji. Angka R^2 menunjukkan ketepatan penskalaan (*goodness of fit measure*) untuk mewakili data input. Nilai R^2 yang tinggi (1 atau 100%) model akan mewakili dengan sempurna, akan tetapi R^2 0,60 (60% atau lebih) sudah bisa diterima atau bisa mewakili data input dengan cukup baik.

Tabel 3.2 Rekomendasi Penggunaan Nilai Stress

<i>Stress %</i>	<i>Goodness of Fit</i>
20	<i>Poor</i>
10-19,99	<i>Fair</i>
5 – 9,99	<i>Good</i>
2,5 – 4,99	<i>Excelent</i>
0 – 2,49	<i>Perfect</i>

Sumber: Supranto (2004:190)

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

Berdasarkan hasil survey diketahui bahwa dari 100 orang responden yang menjadi obyek penelitian pengguna motor sport merupakan mayoritas pria berumur 18 – 28 tahun yang memiliki latar pendidikan S1 dengan pekerjaan saat ini sebagai pegawai swasta Untuk detail dari karakteristik responden dapat melihat penjelasan berikut.

4.1.1 Jenis Kelamin

Responden yang merupakan pengguna sepeda motor sport didominasi oleh responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 59 orang atau dengan persentase 41%. Data selengkapnya mengenai sebaran kelompok jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1 Sebaran Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Pria	59 orang	59%
2	Wanita	41 orang	41%

Sumber : Olah Data Survey dengan SPSS (2017)

4.1.2 Usia

Responden yang merupakan pengguna sepeda motor sport didominasi oleh responden dengan usia 18 – 28 tahun sebanyak 67 orang atau dengan persentase 70%. Data selengkapnya mengenai sebaran kelompok usia responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2 Sebaran Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	18 - 28 tahun	85 orang	85%
2	29 - 39 tahun	13 orang	13%
3	40 - 50 tahun	2 orang	2%
4	Lebih dari 50 tahun	0 orang	0%

Sumber : Olah Data Survey dengan SPSS (2017)

4.1.3 Latar Pekerjaan

Responden yang merupakan pengguna sepeda motor sport didominasi oleh responden dengan latar pekerjaan mahasiswa sebanyak 55 orang atau dengan persentase 57%. Data selengkapnya mengenai sebaran kelompok latar pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3 Sebaran Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	PNS	15	18%
2	Wirausaha	15	18%
3	Pegawai Swasta	44	52%
4	Mahasiswa	21	25%
5	TNI / Polri	5	6%

Sumber : Olah Data Survey dengan SPSS (2017)

4.1.4 Latar Pendidikan

Responden yang merupakan pengguna sepeda motor sport didominasi oleh responden dengan latar pendidikan SMU sebanyak 49 orang atau dengan persentase 57%. Data selengkapnya mengenai sebaran kelompok latar pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4 Sebaran Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD / SMP	5 orang	5%
2	SMU	37 orang	37%
3	D3	15 orang	15%
4	S1	40 orang	40%
5	S2 / S3	3 orang	3%

Sumber : Olah Data Survey dengan SPSS (2017)

4.2 Hasil Analisis Multidimensional Scaling (MDS)

Multidimensional scaling (MDS) adalah alat analisis yang digunakan untuk memberikan gambaran visual dari pola kedekatan yang berupa kesamaan atau jarak diantara sekumpulan objek-objek. Penerapan MDS dapat dijumpai pada visualisasi ilmiah dan data mining dalam ilmu pemasaran. Pada penelitian ini

konsumen potensial sepeda motor sport diminta untuk membandingkan produk dan melakukan penilaian mengenai kesamaan antara produk Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. MDS dapat menunjukkan dimensi penilaian dari responden secara langsung ke dalam pola visualisasi kedekatan mengenai kesamaan produk, berbeda dengan analisis faktor atau diskriminan yang melibatkan penilaian dari si peneliti. Karena keunggulan inilah MDS merupakan suatu alat yang paling umum digunakan dalam pemetaan perceptual (*perceptual mapping*).

4.2.1 Penilaian Kendalan dan Kesahihan

Data input dan konsekuensi pemecahan MDS sangat dipengaruhi oleh variabilitas acak (*random variability*), jadi beberapa penilaian yang dibuat mengenai keandalan dan kesahihan cukup dari pemecahan MDS (Supranto, 2010 diacu dalam Hartono, 2017: 45). Ketepatan suatu pemecahan analisis MDS dinilai melalui ukuran *Stress*. *Stress* adalah ukuran untuk menunjukkan kekurangan ketepatan (*lack of fit*). Semakin besar nilai *Stress* maka semakin tidak tepat bagi peta spasial mewakili input data, sedangkan semakin kecil *Stress* maka semakin tepat bagi peta spasial mewakili input data (Supranto, 2010 diacu dalam Hartono, 2017: 45). Nilai *Stress* atribut motor sport di Bandar Lampung disajikan pada Tabel 4.5 berikut ini.

Tabel 4.5 Nilai Stress Produk Motor Sport

No	Atribut	Stress	Keterangan
1	Harga	0,1137	Cukup
2	Mesin	0,0737	Sempurna
3	Durability	0,1018	Cukup
4	Pilihan Warna	0,0768	Sempurna
5	Desain Body	0,0736	Sempurna
6	Ketersediaan Sparepart	0,1099	Cukup
7	Tingkat Keiritan	0,1454	Cukup

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas, dapat disimpulkan bahwa model penskalaan untuk mewakili data input adalah tepat. Selanjutnya, indeks RSQ (*R Square*) juga perlu dianalisis untuk menguji apakah model analisis MDS dapat diterima atau tidak.

Model analisis MDS dapat diterima apabila RSQ memiliki nilai lebih dari 0,6 (60%). Semakin tinggi nilai RSQ maka semakin baik model MDS. Nilai RSQ untuk model MDS positioning sepeda motor sport di Bandar Lampung disajikan pada Tabel 4.6 berikut ini.

Tabel 4.6 Nilai RSQ Produk Motor Sport

No	Atribut	RSQ	Keterangan
1	Harga	0,7839	Dapat Diterima
2	Mesin	0,8289	Dapat Diterima
3	Durability	0,7180	Dapat Diterima
4	Pilihan Warna	0,8642	Dapat Diterima
5	Desain Body	0,8280	Dapat Diterima
6	Ketersediaan Sparepart	0,8020	Dapat Diterima
7	Tingkat Keiritan	0,8344	Dapat Diterima

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Nilai RSQ atribut sepeda motor sport yang disajikan pada Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa semua atribut memiliki nilai RSQ diatas 0,6 atau diatas 60%. Hal ini menunjukkan bahwa model dua dimensi MDS yang dihasilkan sudah dapat mewakili data input dengan cukup baik.

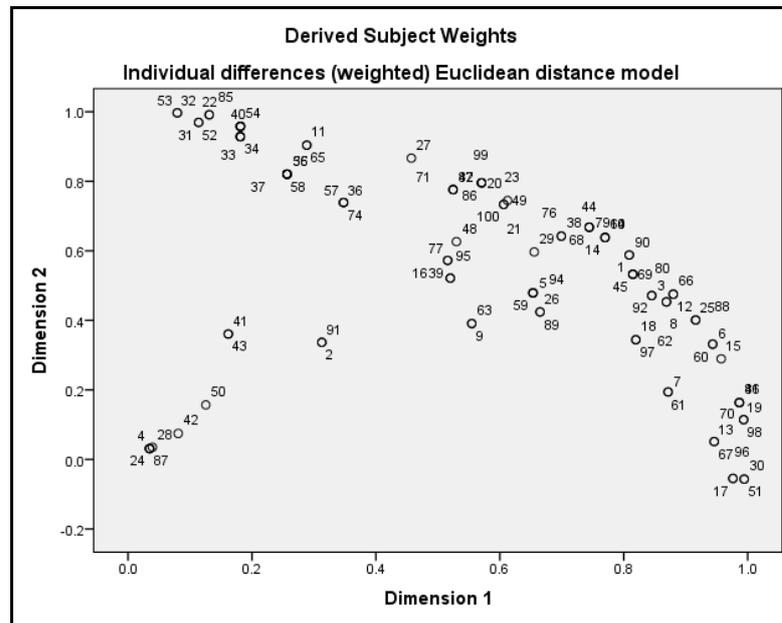
4.2.2 Uji Konsistensi dan Kesamaan Sikap

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan obyek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras). Kedua uji tersebut adalah uji konsistensi dan uji kesamaan sikap :

4.2.2.1 Atribut Harga

A. Uji Konsistensi Responden Akan Kemiripan Motor Sport Berdasarkan Atribut Harga

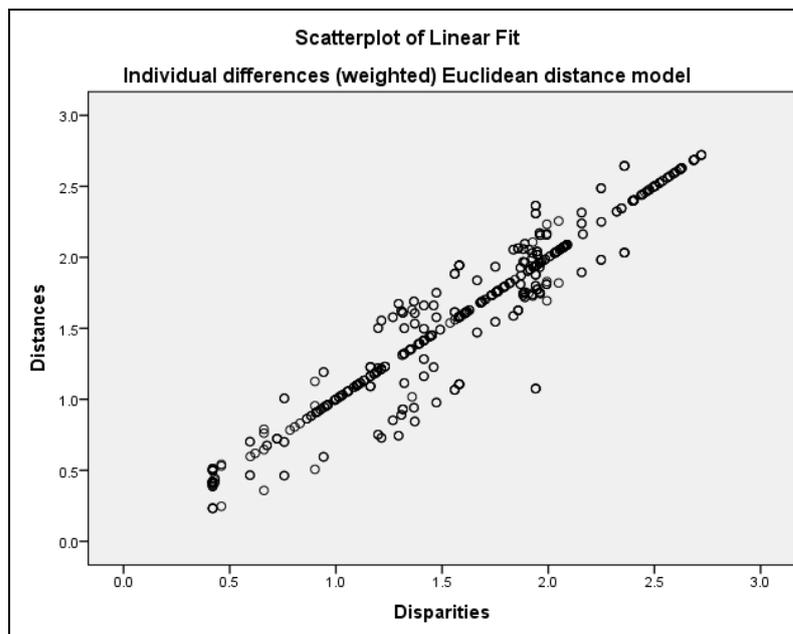
Gambar 4.1 dibawah menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok di bagian atas dan kanan plot gambar. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan motor sport berdasarkan atribut harga.



Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.1 Konsistensi Responden Berdasarkan Atribut Harga

B. Uji Kesamaan Sikap Responden Akan Kemiripan Motor Sport Berdasarkan Atribut Harga



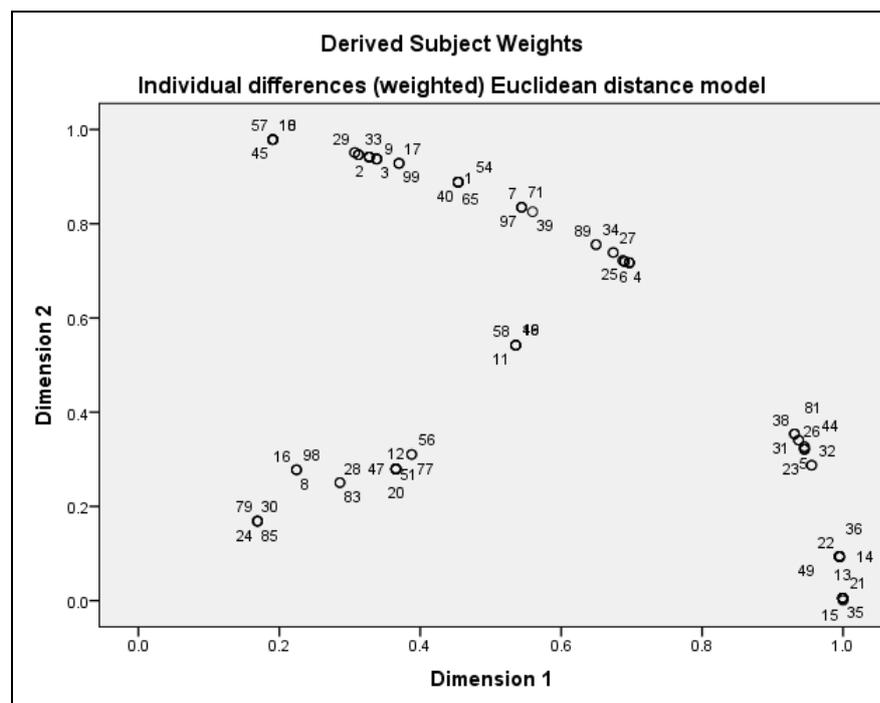
Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.2 Kesamaan Sikap Responden Berdasarkan Atribut Harga

Gambar 4.2 diatas berisi kumpulan koordinat dari 4 x 100 isi kuisisioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit*. Berdasarkan Gambar 4.2 diatas terlihat titik – titik koordinat berkelompok yang konfigurasiya membentuk garis diagonal dari kiri bawah kea rah kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan motor sport berdasarkan atribut harga.

4.2.2.2 Atribut Mesin

A. Uji Konsistensi Responden Akan Kemiripan Motor Sport Berdasarkan Atribut Mesin

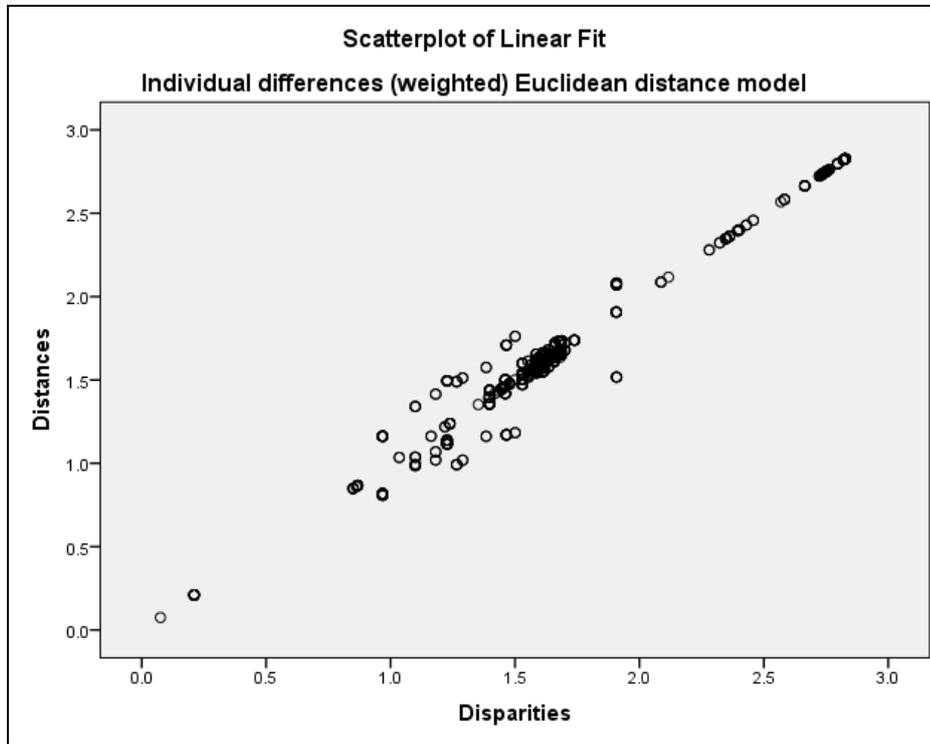


Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.3 Konsistensi Responden Berdasarkan Atribut Mesin

Gambar 4.3 diatas menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok di bagian atas, kiri bawah dan kanan bawah plot gambar. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan motor sport berdasarkan atribut mesin.

B. Uji Kesamaan Sikap Responden Akan Kemiripan Motor Sport Berdasarkan Atribut Mesin



Sumber : Olah Data Survey (2017)

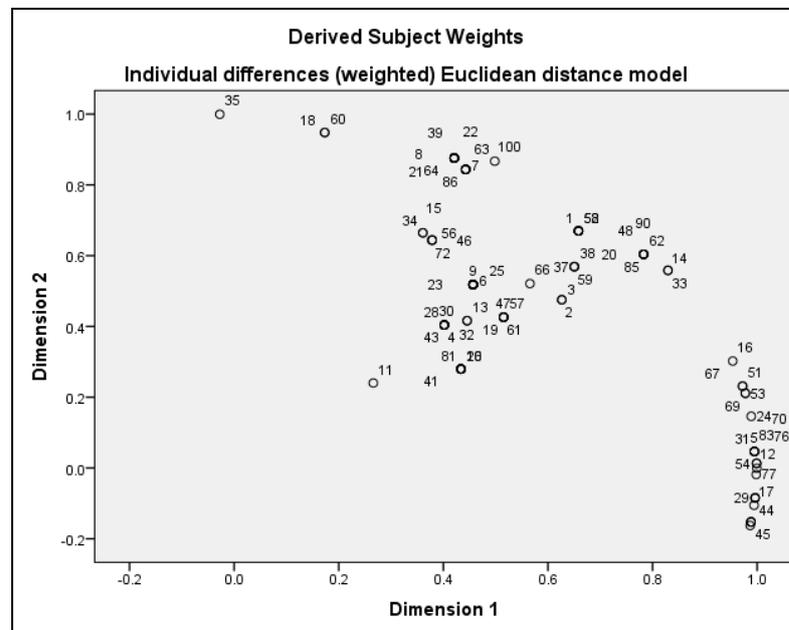
Gambar 4.4 Kesamaan Sikap Responden Berdasarkan Atribut Mesin

Gambar 4.4 diatas berisi kumpulan koordinat dari 4 x 100 isi kuisisioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit*. Berdasarkan Gambar 4.4 diatas terlihat titik – titik koordinat berkelompok yang konfigurasiya membentuk garis diagonal dari kiri bawah kearah kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan motor sport berdasarkan atribut mesin.

4.2.2.3 Atribut Durability

A. Uji Konsistensi Responden Akan Kemiripan Motor Sport Berdasarkan Atribut Durability

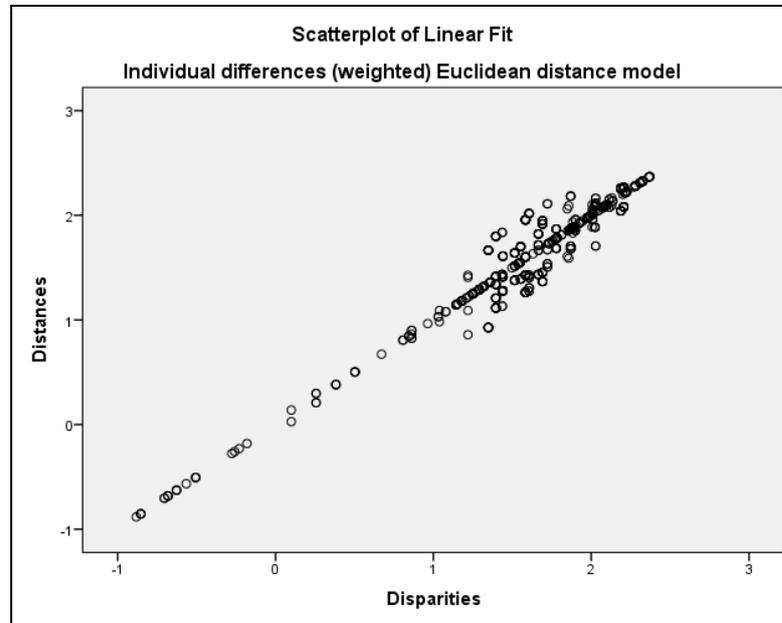
Gambar 4.5 dibawah ini menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok di bagian tengah dan kanan bawah plot gambar. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan motor sport berdasarkan atribut durability.



Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.5 Konsistensi Responden Berdasarkan Atribut Durability

B. Uji Kesamaan Sikap Responden Akan Kemiripan Motor Sport Berdasarkan Atribut Durability



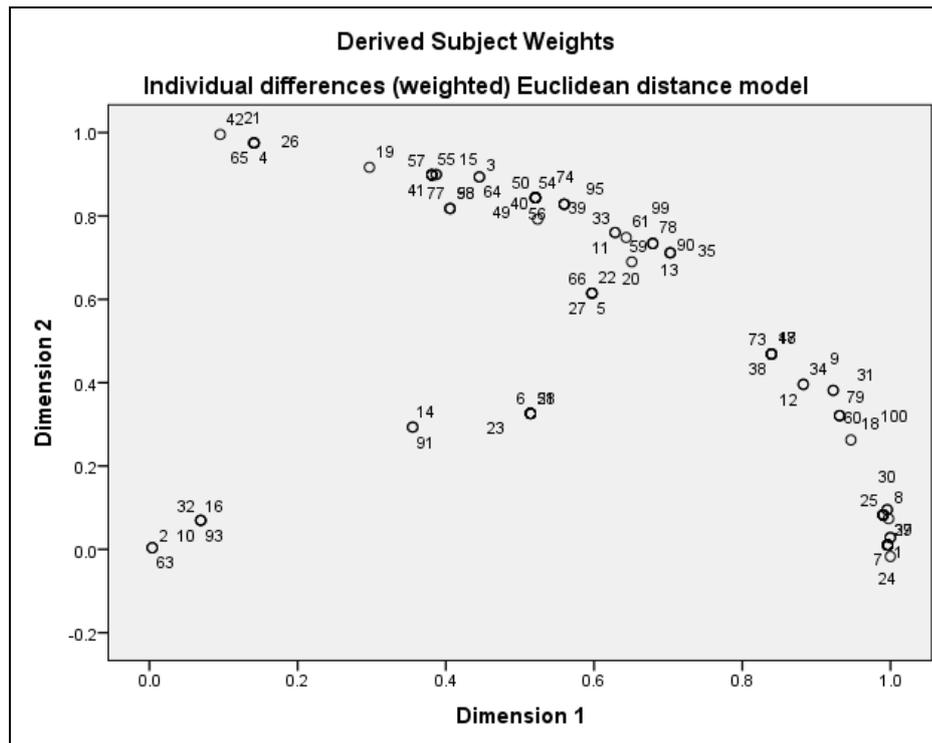
Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.6 Kesamaan Sikap Responden Berdasarkan Atribut Durability

Gambar 4.6 diatas berisi kumpulan koordinat dari 4 x 100 isi kuisisioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit*. Berdasarkan Gambar 4.6 diatas terlihat titik – titik koordinat berkelompok yang konfigurasiya membentuk garis diagonal dari kiri bawah kearah kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan motor sport berdasarkan atribut durability.

4.2.2.4 Atribut Pilihan Warna

A. Uji Konsistensi Responden Akan Kemiripan Motor Sport Berdasarkan Atribut Pilihan Warna

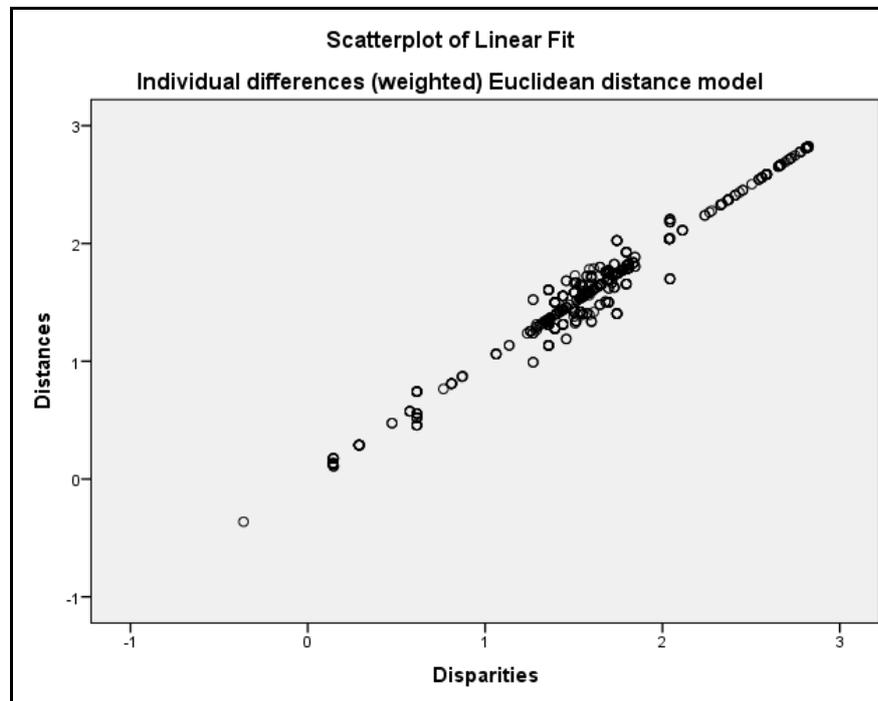


Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.7 Konsistensi Responden Berdasarkan Atribut Pilihan Warna

Gambar 4.7 diatas menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok di bagian kanan plot gambar. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan motor sport berdasarkan atribut pilihan warna.

B. Uji Kesamaan Sikap Responden Akan Kemiripan Motor Sport Berdasarkan Pilihan Warna



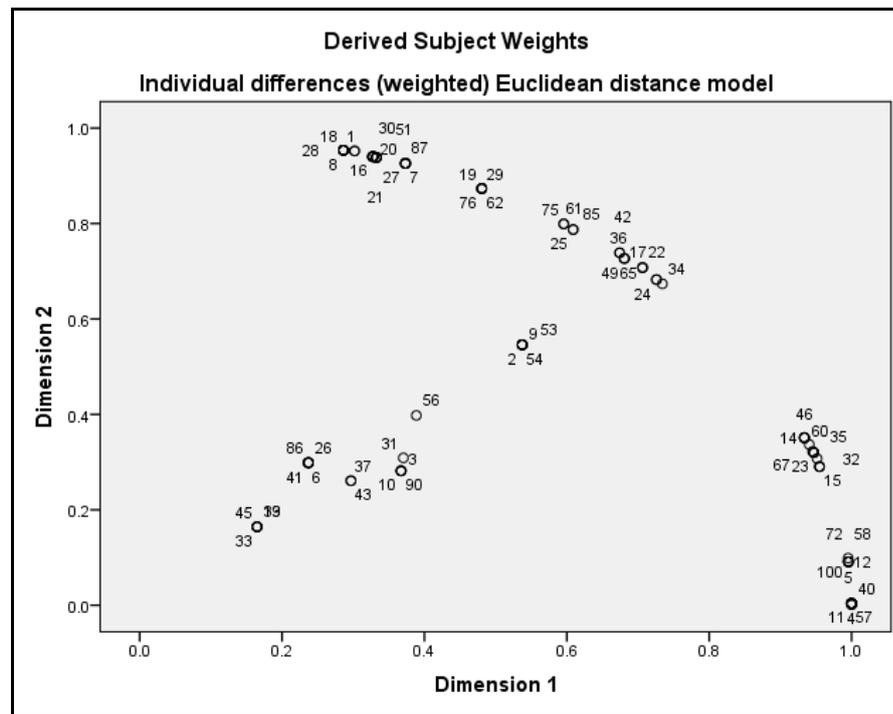
Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.8 Kesamaan Sikap Responden Berdasarkan Atribut Pilihan Warna

Gambar 4.8 diatas berisi kumpulan koordinat dari 4 x 100 isi kuisisioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit*. Berdasarkan Gambar 4.8 diatas terlihat titik – titik koordinat berkelompok yang konfigurasiya membentuk garis diagonal dari kiri bawah ke arah kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan motor sport berdasarkan atribut pilihan warna.

4.2.2.5 Atribut Desain Body

A. Uji Konsistensi Responden Akan Kemiripan Motor Sport Berdasarkan Atribut Desain Body

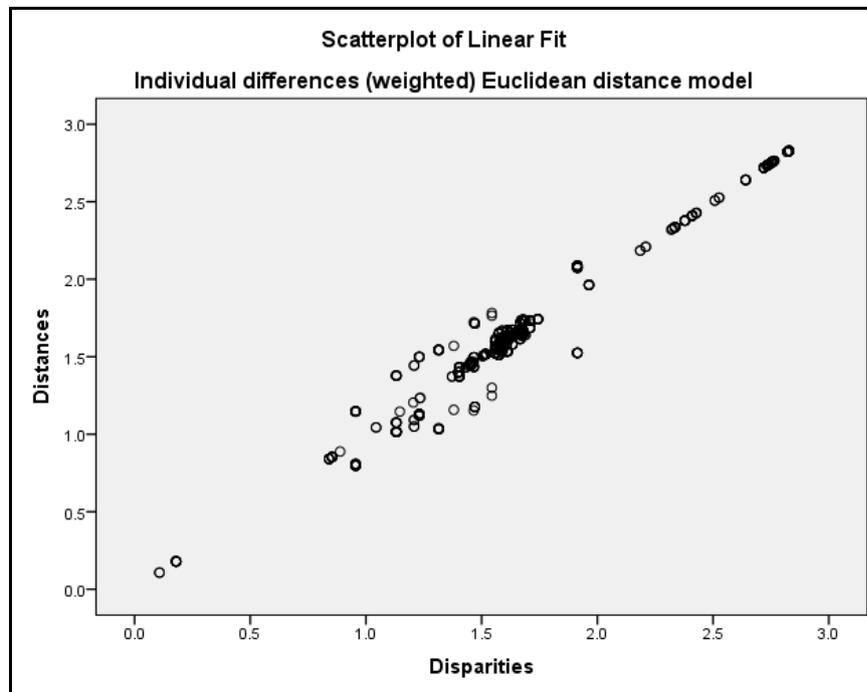


Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.9 Konsistensi Responden Berdasarkan Atribut Desain Body

Gambar 4.9 diatas menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok di bagian atas plot gambar. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan motor sport berdasarkan atribut desain body.

B. Uji Kesamaan Sikap Responden Akan Kemiripan Motor Sport Berdasarkan Atribut Desain Body



Sumber : Olah Data Survey (2017)

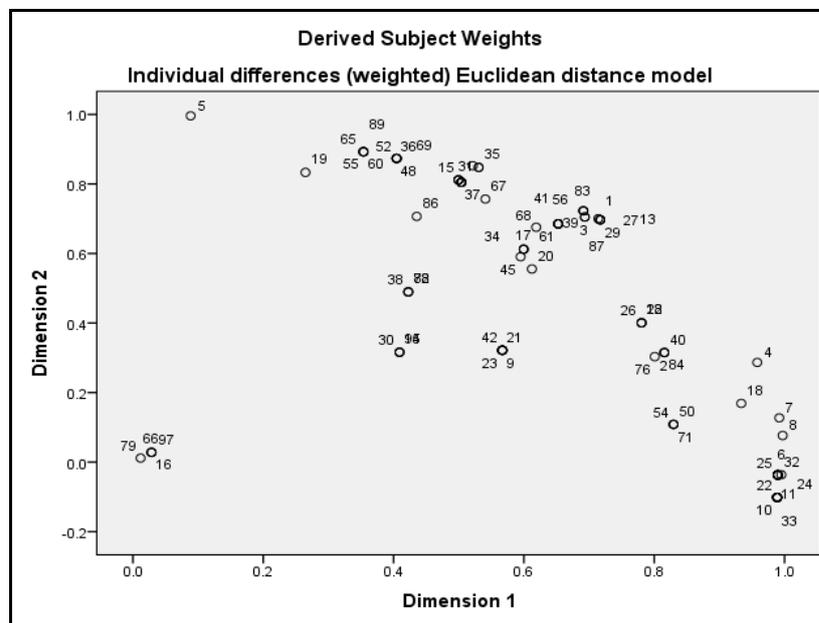
Gambar 4.10 Kesamaan Sikap Responden Berdasarkan Atribut Desain Body

Gambar 4.10 diatas berisi kumpulan koordinat dari 4 x 100 isi kuisisioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit*. Berdasarkan Gambar 4.10 diatas terlihat titik – titik koordinat berkelompok yang konfigurasiya membentuk garis diagonal dari kiri bawah kearah kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan motor sport berdasarkan atribut desain body.

4.2.2.6 Atribut Ketersediaan Sparepart

A. Uji Konsistensi Responden Akan Kemiripan Motor Sport Berdasarkan Atribut Ketersediaan Sparepart

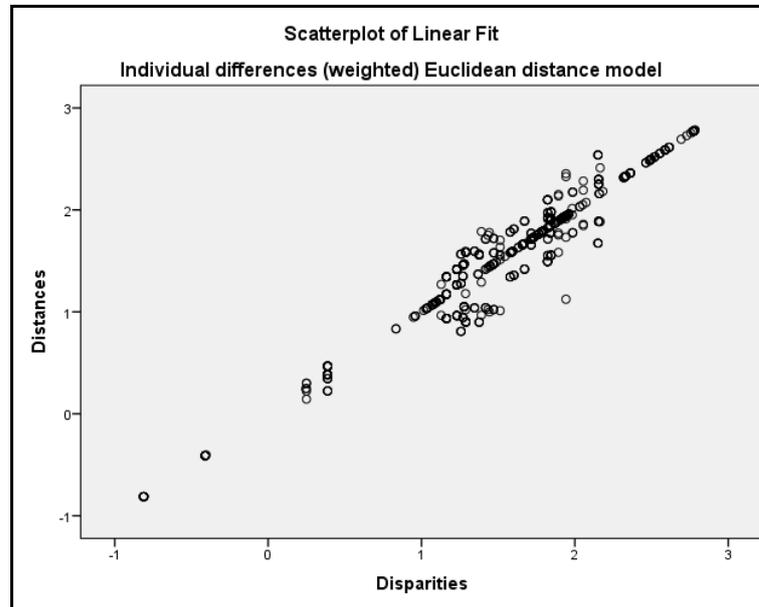
Gambar 4.11 dibawah menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok di bagian atas dan kanan plot gambar. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan motor sport berdasarkan atribut ketersediaan sparepart.



Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.11 Konsistensi Responden Berdasarkan Atribut Ketersediaan Sparepart

B. Uji Kesamaan Sikap Responden Akan Kemiripan Motor Sport Berdasarkan Atribut Ketersediaan Sparepart



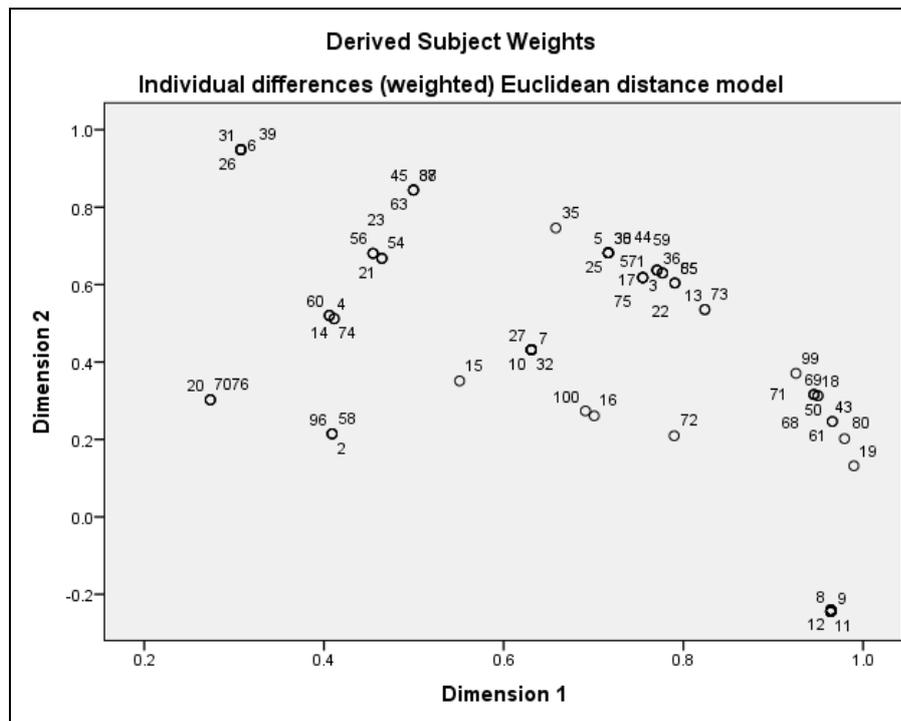
Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.12 Kesamaan Sikap Responden Berdasarkan Atribut Ketersediaan Sparepart

Gambar 4.12 diatas berisi kumpulan koordinat dari 4 x 100 isi kuisisioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit*. Berdasarkan Gambar 4.12 diatas terlihat titik – titik koordinat berkelompok yang konfigurasiya membentuk garis diagonal dari kiri bawah ke arah kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan motor sport berdasarkan atribut ketersediaan sparepart.

4.2.2.7 Atribut Tingkat Keiritan

A. Uji Konsistensi Responden Akan Kemiripan Motor Sport Berdasarkan Atribut Harga

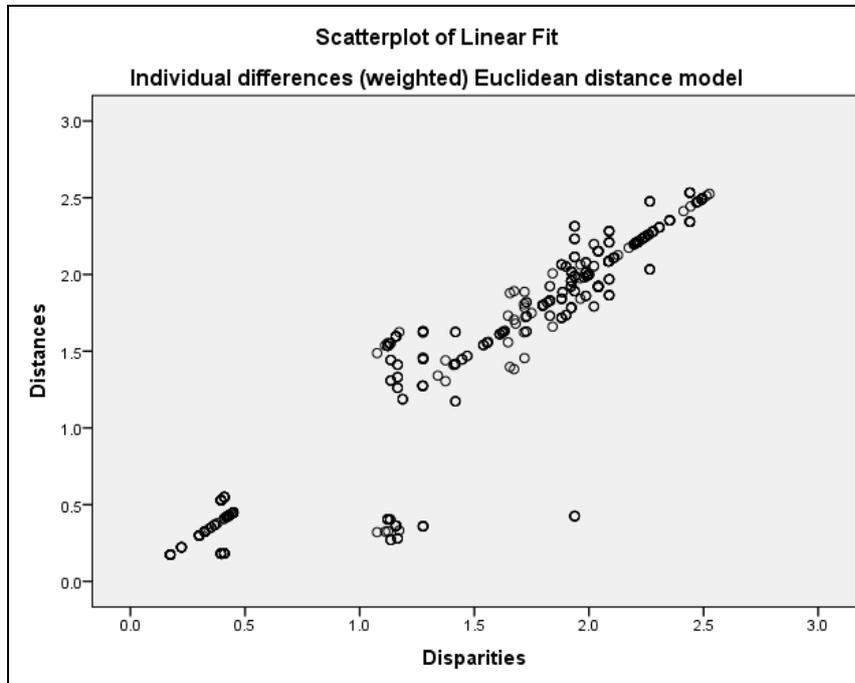


Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.13 Konsistensi Responden Berdasarkan Atribut Tingkat Keiritan

Gambar 4.13 diatas menunjukkan bahwa posisi 100 responden membentuk sebuah kelompok di bagian kanan plot gambar. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat konsistensi jawaban antar responden dalam menilai kemiripan motor sport berdasarkan atribut tingkat keiritan konsumsi bahan bakar.

B. Uji Kesamaan Sikap Responden Akan Kemiripan Motor Sport Berdasarkan Atribut Tingkat Keiritan



Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.14 Kesamaan Sikap Responden Berdasarkan Atribut Tingkat Keiritan

Gambar 4.14 diatas berisi kumpulan koordinat dari 4 x 100 isi kuisisioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit*. Berdasarkan Gambar 4.14 diatas terlihat titik – titik koordinat berkelompok yang konfigurasiya membentuk garis diagonal dari kiri bawah ke arah kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan motor sport berdasarkan atribut tingkat keiritan konsumsi bahan bakar.

4.2.3 Riset Peta *Positioning* Kekuatan Daya Saing Sepeda Motor Sport

Riset peta *positioning* akan menunjukkan apa dan bagaimana yang dirasakan oleh konsumen pengguna sepeda motor sport di Kota Bandar Lampung dengan adanya kompetisi antar produk sepeda motor sport yang terdiri dari Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Posisi nilai produk bias berubah sejalan dengan *perceived*

quality, perubahan preferensi dan strategi pesaing. Untuk menetapkan posisi sebuah produk perlu dilakukan analisis *positioning*. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan penelitian perlu diketahui bagaimana *perceived quality* tentang sepeda motor sport. Selain itu, juga perlu diketahui bagaimana konsumen membedakan atau membandingkan berdasarkan atribut yang telah ditentukan antara lain Harga, Mesin, Durability, Pilihan Warna, Desain Body, Ketersediaan Sparepart dan Tingkat Keiritan.

4.2.3.1 Peta *Positioning* Berdasarkan Harga

Perceived quality yang dibahas di bawah ini adalah harga jual yang ditawarkan oleh empat merek sepeda motor sport yaitu Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Jawaban responden yang disajikan pada Tabel 4.7 adalah responden pertama saja.

Tabel 4.7 *Perceived quality* (responden pertama) Tentang Kemiripan Harga

Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
Kawasaki	0			
Honda	5	0		
Yamaha	4	4	0	
Suzuki	4	4	5	0

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Jawaban responden pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa :

- Kemiripan antara Kawasaki dengan Honda dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 5. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki harga yang sangat mirip.
- Kemiripan antara Kawasaki dengan Yamaha dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki harga yang mirip.
- Kemiripan antara Kawasaki dengan Suzuki dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki harga yang mirip.

- d. Demikian untuk angka yang seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek motor sport itu sendiri (seperti Kawasaki dengan Kawasaki yang tentu tidak ada nilainya).

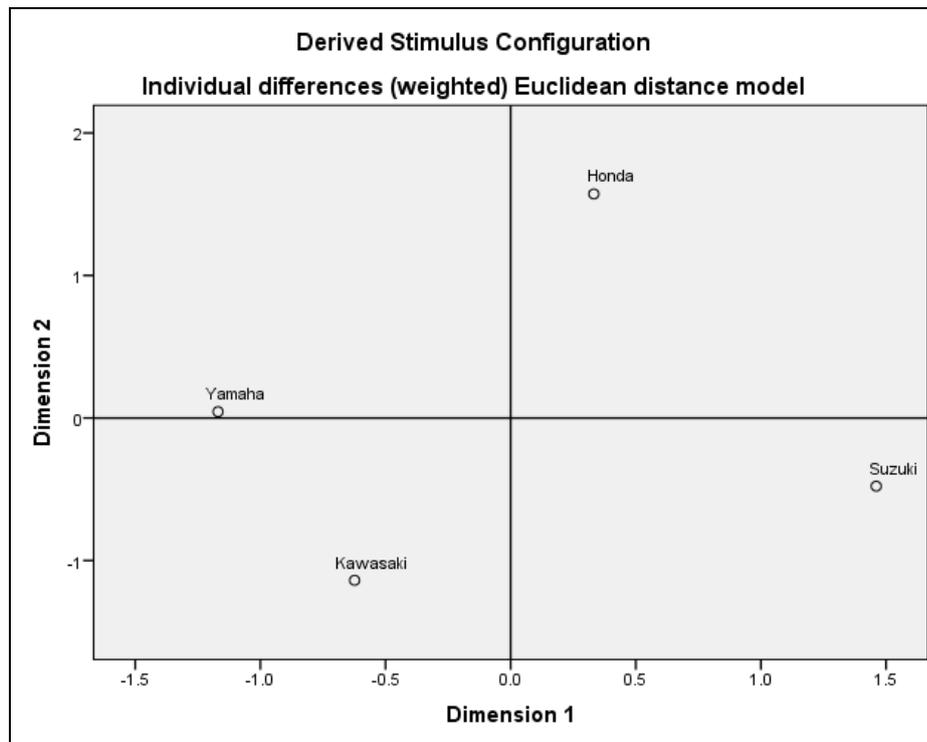
Jawaban dari responden kedua, ketiga, keempat dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing – masing merek motor sport berdasarkan harga mencerminkan *perceived quality* akan merek motor sport tersebut. Posisi motor sport berdasarkan *perceived quality* dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut ini.

Tabel 4.8 Koordinat Motor Sport di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Harga

No	Motor Sport	Axis (Dimensi 1)	Axis (Dimensi 2)
1	Kawasaki	-0,6236	-1,1388
2	Honda	0,3322	1,5724
3	Yamaha	-1,1693	0,0444
4	Suzuki	1,4607	- 0,4781

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.8 diatas dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing – masing motor sport dengan konfigurasi seperti pada Gambar 4.15 berikut ini.



Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.15 Peta Positioning 2 Dimensi Berdasarkan Atribut Harga

Gambar 4.15 diatas adalah peta *positioning* hasil dari proses INDSCAL (Individual Differences (Weighted) Euclidian Distance Model) untuk menampilkan peta MDS dari empat merek motor sport yaitu Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Gambar 4.15 diatas menunjukkan bahwa dari masing – masing keempat merek motor sport jaraknya berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah hasil dari anggapan atau *perceived quality* bahwa motor sport yang diperbandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut harga. Gambar 4.15 diatas menunjukkan bahwa Kawasaki terletak pada kuadran yang berjauhan dengan Honda, Yamaha dan Suzuki, sehingga motor sport Kawasaki tidak memiliki kemiripan dengan motor sport Honda, Yamaha dan Suzuki berdasarkan atribut harga. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa atribut harga yang ditawarkan oleh Kawasaki kepada konsumennya berbeda dengan pesaing – pesaingnya.

4.2.3.2 Peta *Positioning* Berdasarkan Mesin

Perceived quality yang dibahas di bawah ini adalah kualitas mesin yang ditawarkan oleh empat merek sepeda motor sport yaitu Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Jawaban responden yang disajikan pada Tabel 4.9 adalah responden pertama saja.

Tabel 4.9 *Perceived quality* (responden pertama) Tentang Kemiripan Mesin

Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
Kawasaki	0			
Honda	4	0		
Yamaha	3	2	0	
Suzuki	4	3	4	0

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Jawaban responden pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa :

- Kemiripan antara Kawasaki dengan Honda dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki kualitas mesin yang mirip.
- Kemiripan antara Kawasaki dengan Yamaha dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 3. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki kualitas mesin yang cukup mirip.
- Kemiripan antara Kawasaki dengan Suzuki dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki kualitas mesin yang mirip.
- Demikian untuk angka yang seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek motor sport itu sendiri (seperti Kawasaki dengan Kawasaki yang tentu tidak ada nilainya).

Jawaban dari responden kedua, ketiga, keempat dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing – masing merek motor sport berdasarkan kualitas mesin yang mirip mencerminkan *perceived*

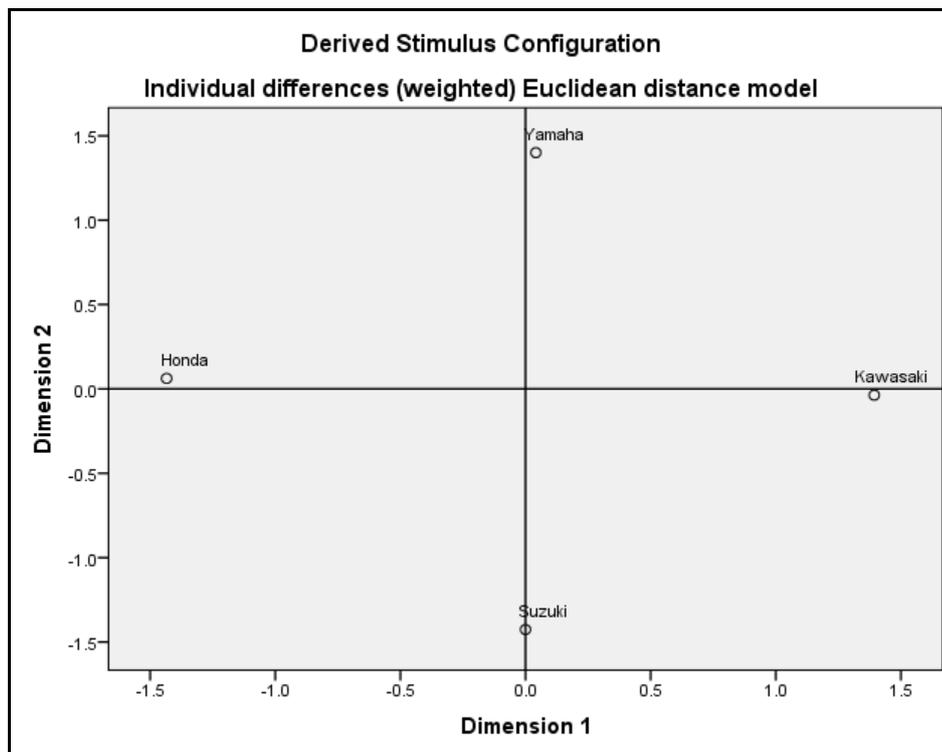
quality akan merek motor sport tersebut. Posisi motor sport berdasarkan *perceived quality* dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut ini.

Tabel 4.10 Koordinat Motor Sport di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Mesin

No	Motor Sport	Axis (Dimensi 1)	Axis (Dimensi 2)
1	Kawasaki	1,3932	0,0368
2	Honda	- 1,4343	0,0623
3	Yamaha	0,0412	1,4005
4	Suzuki	- 0,0002	- 1,4260

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.10 diatas dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing – masing motor sport dengan konfigurasi seperti pada Gambar 4.16 berikut ini.



Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.16 Peta Positioning 2 Dimensi Berdasarkan Atribut Mesin

Gambar 4.16 diatas adalah peta *positioning* hasil dari proses INDSCAL (Individual Differences (Weighted) Euclidian Distance Model) untuk menampilkan peta MDS dari empat merek motor sport yaitu Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Gambar 4.16 diatas menunjukkan bahwa dari masing – masing keempat merek motor sport jaraknya berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah hasil dari anggapan atau *perceived quality* bahwa motor sport yang diperbandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut mesin. Gambar 4.16 diatas menunjukkan bahwa Kawasaki terletak pada kuadran yang berjauhan dengan Honda, Yamaha dan Suzuki, sehingga motor sport Kawasaki tidak memiliki kemiripan dengan motor sport Honda, Yamaha dan Suzuki berdasarkan atribut mesin. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa atribut mesin yang ditawarkan oleh Kawasaki kepada konsumennya berbeda dengan pesaing – pesaingnya.

4.2.3.3 Peta *Positioning* Berdasarkan Durability

Perceived quality yang dibahas di bawah ini adalah durability yang dimiliki oleh empat merek sepeda motor sport yaitu Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Jawaban responden yang disajikan pada Tabel 4.11 adalah responden pertama saja.

Tabel 4.11 *Perceived quality* (responden pertama) Tentang Kemiripan Durability

Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
Kawasaki	0			
Honda	3	0		
Yamaha	4	5	0	
Suzuki	4	3	3	0

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Jawaban responden pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa :

- Kemiripan antara Kawasaki dengan Honda dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 3. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki durability yang cukup mirip.

- b. Kemiripan antara Kawasaki dengan Yamaha dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki durability yang mirip.
- c. Kemiripan antara Kawasaki dengan Suzuki dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki durability yang mirip.
- d. Demikian untuk angka yang seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek motor sport itu sendiri (seperti Kawasaki dengan Kawasaki yang tentu tidak ada nilainya).

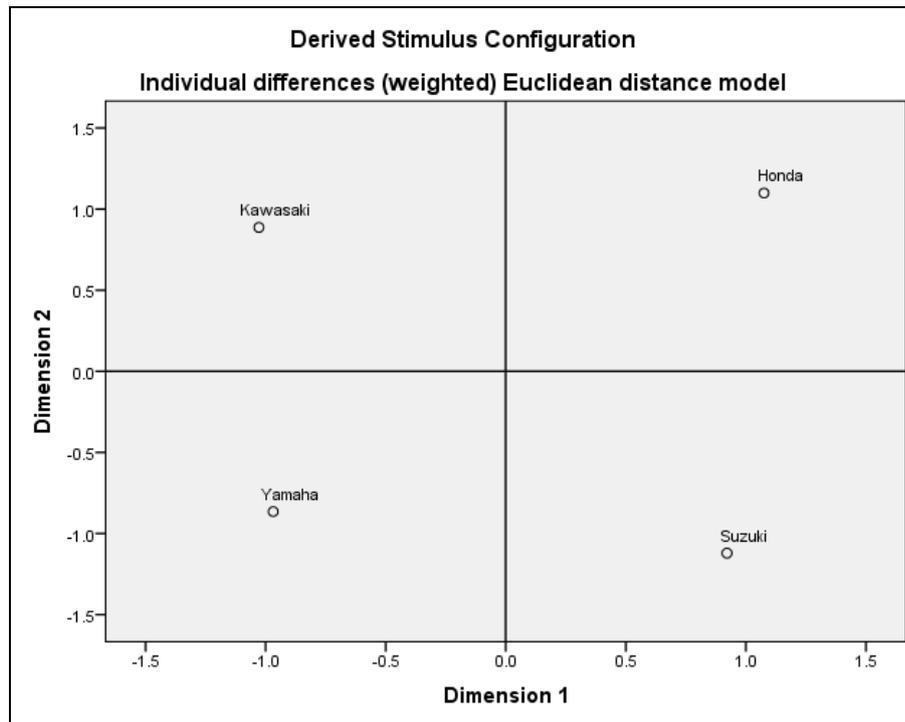
Jawaban dari responden kedua, ketiga, keempat dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing – masing merek motor sport berdasarkan durability mencerminkan *perceived quality* akan merek motor sport tersebut. Posisi motor sport berdasarkan *perceived quality* dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut ini.

Tabel 4.12 Koordinat Motor Sport di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Durability

No	Motor Sport	Axis (Dimensi 1)	Axis (Dimensi 2)
1	Kawasaki	-1,0281	0,8868
2	Honda	1,0754	1,0993
3	Yamaha	-0,9685	-0,8650
4	Suzuki	0,9211	-1,1211

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.12 diatas dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing – masing motor sport dengan konfigurasi seperti pada Gambar 4.17 berikut ini.



Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.17 Peta Positioning 2 Dimensi Berdasarkan Atribut Durability

Gambar 4.17 diatas adalah peta *positioning* hasil dari proses INDSCAL (Individual Differences (Weighted) Euclidian Distance Model) untuk menampilkan peta MDS dari empat merek motor sport yaitu Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Gambar 4.17 diatas menunjukkan bahwa dari masing – masing keempat merek motor sport jaraknya berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah hasil dari anggapan atau *perceived quality* bahwa motor sport yang diperbandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut Durability. Gambar 4.17 diatas menunjukkan bahwa Kawasaki terletak pada kuadran yang berjauhan dengan Honda, Yamaha dan Suzuki, sehingga motor sport Kawasaki tidak memiliki kemiripan dengan motor sport Honda, Yamaha dan Suzuki berdasarkan atribut Durability. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa atribut Durability yang ditawarkan oleh Kawasaki kepada konsumennya berbeda dengan pesaing – pesaingnya.

4.2.3.4 Peta *Positioning* Berdasarkan Pilihan Warna

Perceived quality yang dibahas di bawah ini adalah pilihan warna yang ditawarkan oleh empat merek sepeda motor sport yaitu Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Jawaban responden yang disajikan pada Tabel 4.13 adalah responden pertama saja.

Tabel 4.13 *Perceived quality* (responden pertama) Tentang Kemiripan Pilihan Warna

Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
Kawasaki	0			
Honda	5	0		
Yamaha	2	5	0	
Suzuki	2	4	2	0

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Jawaban responden pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa :

- Kemiripan antara Kawasaki dengan Honda dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 5. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki pilihan warna yang sangat mirip.
- Kemiripan antara Kawasaki dengan Yamaha dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki pilihan warna yang tidak mirip.
- Kemiripan antara Kawasaki dengan Suzuki dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki pilihan warna yang tidak mirip.
- Demikian untuk angka yang seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek motor sport itu sendiri (seperti Kawasaki dengan Kawasaki yang tentu tidak ada nilainya).

Jawaban dari responden kedua, ketiga, keempat dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing – masing merek motor sport berdasarkan pilihan warna mencerminkan *perceived quality*

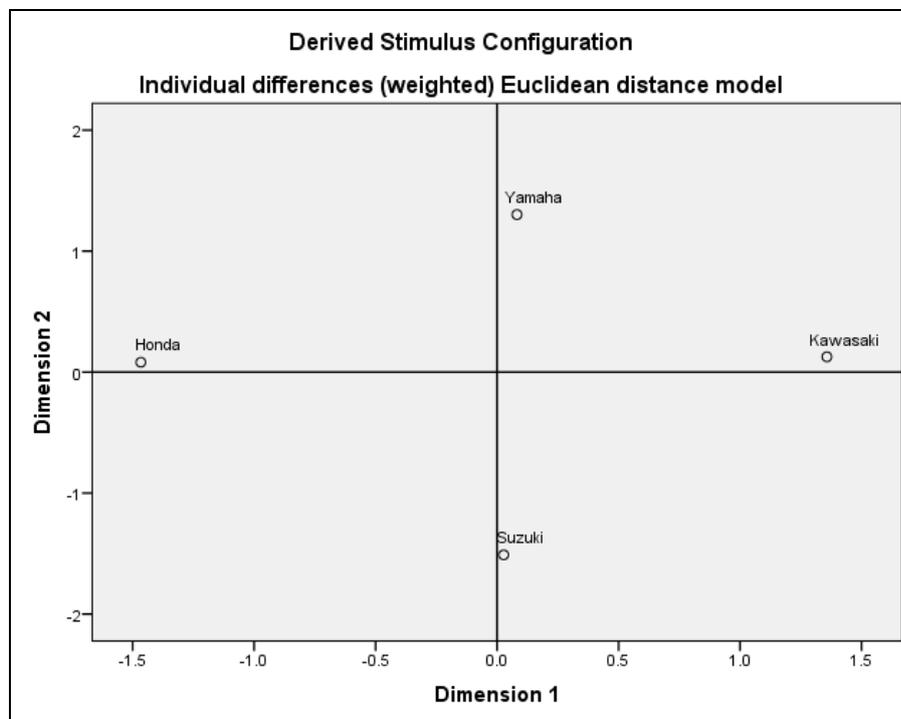
akan merek motor sport tersebut. Posisi motor sport berdasarkan *perceived quality* dapat dilihat pada Tabel 4.14 berikut ini.

Tabel 4.14 Koordinat Motor Sport di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Pilihan Warna

No	Motor Sport	Axis (Dimensi 1)	Axis (Dimensi 2)
1	Kawasaki	1,3574	0,1268
2	Honda	-1,4663	0,0812
3	Yamaha	0,0818	1,3023
4	Suzuki	0,0270	- 1,5104

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.14 diatas dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing – masing motor sport dengan konfigurasi seperti pada Gambar 4.18 berikut ini.



Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.18 Peta Positioning 2 Dimensi Berdasarkan Atribut Pilihan Warna

Gambar 4.10 diatas adalah peta *positioning* hasil dari proses INDSCAL (Individual Differences (Weighted) Euclidian Distance Model) untuk menampilkan peta MDS dari empat merek motor sport yaitu Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Gambar 4.10 diatas menunjukkan bahwa dari masing – masing keempat merek motor sport jaraknya berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah hasil dari anggapan atau *perceived quality* bahwa motor sport yang diperbandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut Pilihan Warna. Gambar 4.10 diatas menunjukkan bahwa Kawasaki terletak pada kuadran yang berjauhan dengan Honda, Yamaha dan Suzuki, sehingga motor sport Kawasaki tidak memiliki kemiripan dengan motor sport Honda, Yamaha dan Suzuki berdasarkan atribut Pilihan Warna. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa atribut Pilihan Warna yang ditawarkan oleh Kawasaki kepada konsumennya berbeda dengan pesaing – pesaingnya.

4.2.3.5 Peta *Positioning* Berdasarkan Desain Body

Perceived quality yang dibahas di bawah ini adalah desain body yang dimiliki oleh empat merek sepeda motor sport yaitu Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Jawaban responden yang disajikan pada Tabel 4.15 adalah responden pertama saja.

Tabel 4.15 *Perceived quality* (responden pertama) Tentang Desain Body

Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
Kawasaki	0			
Honda	3	0		
Yamaha	3	4	0	
Suzuki	4	3	4	0

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Jawaban responden pada Tabel 4.15 menunjukkan bahwa :

- Kemiripan antara Kawasaki dengan Honda dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 3. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki desain body yang cukup mirip.

- b. Kemiripan antara Kawasaki dengan Yamaha dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 3. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki desain body yang cukup mirip.
- c. Kemiripan antara Kawasaki dengan Suzuki dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki desain body yang mirip.
- d. Demikian untuk angka yang seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek motor sport itu sendiri (seperti Kawasaki dengan Kawasaki yang tentu tidak ada nilainya).

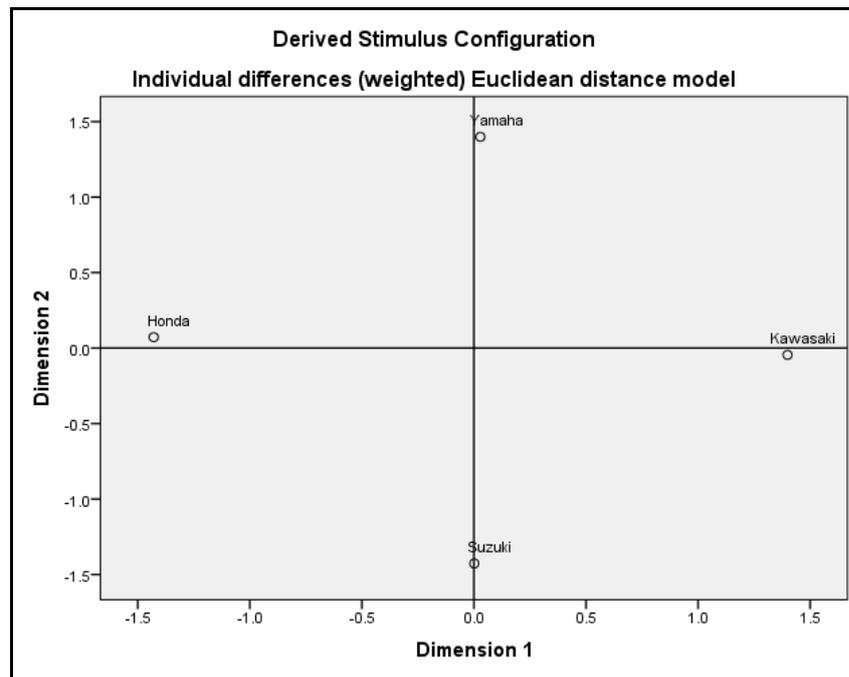
Jawaban dari responden kedua, ketiga, keempat dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing – masing merek motor sport berdasarkan desain body mencerminkan *perceived quality* akan merek motor sport tersebut. Posisi motor sport berdasarkan *perceived quality* dapat dilihat pada Tabel 4.16 berikut ini.

Tabel 4.16 Koordinat Motor Sport di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Desain Body

No	Motor Sport	Axis (Dimensi 1)	Axis (Dimensi 2)
1	Kawasaki	1,3992	-0,449
2	Honda	-1,4288	0,0725
3	Yamaha	0,0284	1,3990
4	Suzuki	0,0012	- 1,4267

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.16 diatas dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing – masing motor sport dengan konfigurasi seperti pada Gambar 4.19 berikut ini.



Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.19 Peta Positioning 2 Dimensi Berdasarkan Atribut Desain Body

Gambar 4.19 diatas adalah peta *positioning* hasil dari proses INDSCAL (Individual Differences (Weighted) Euclidian Distance Model) untuk menampilkan peta MDS dari empat merek motor sport yaitu Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Gambar 4.19 diatas menunjukkan bahwa dari masing – masing keempat merek motor sport jaraknya berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah hasil dari anggapan atau *perceived quality* bahwa motor sport yang diperbandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut desain body. Gambar 4.19 diatas menunjukkan bahwa Kawasaki terletak pada kuadran yang berjauhan dengan Honda, Yamaha dan Suzuki, sehingga motor sport Kawasaki tidak memiliki kemiripan dengan motor sport Honda, Yamaha dan Suzuki berdasarkan atribut desain body. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa atribut desain body yang ditawarkan oleh Kawasaki kepada konsumennya berbeda dengan pesaing – pesaingnya.

4.2.3.6 Peta *Positioning* Berdasarkan Ketersediaan Sparepart

Perceived quality yang dibahas di bawah ini adalah ketersediaan sparepart yang ditawarkan oleh empat merek sepeda motor sport yaitu Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Jawaban responden yang disajikan pada Tabel 4.17 adalah responden pertama saja.

Tabel 4.17 *Perceived quality* (responden pertama) Tentang Ketersediaan Sparepart

Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
Kawasaki	0			
Honda	4	0		
Yamaha	3	4	0	
Suzuki	4	4	4	0

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Jawaban responden pada Tabel 4.17 menunjukkan bahwa :

- Kemiripan antara Kawasaki dengan Honda dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki ketersediaan sparepart yang mirip.
- Kemiripan antara Kawasaki dengan Yamaha dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 3. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki ketersediaan sparepart yang cukup mirip.
- Kemiripan antara Kawasaki dengan Suzuki dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki ketersediaan sparepart yang mirip.
- Demikian untuk angka yang seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek motor sport itu sendiri (seperti Kawasaki dengan Kawasaki yang tentu tidak ada nilainya).

Jawaban dari responden kedua, ketiga, keempat dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing – masing

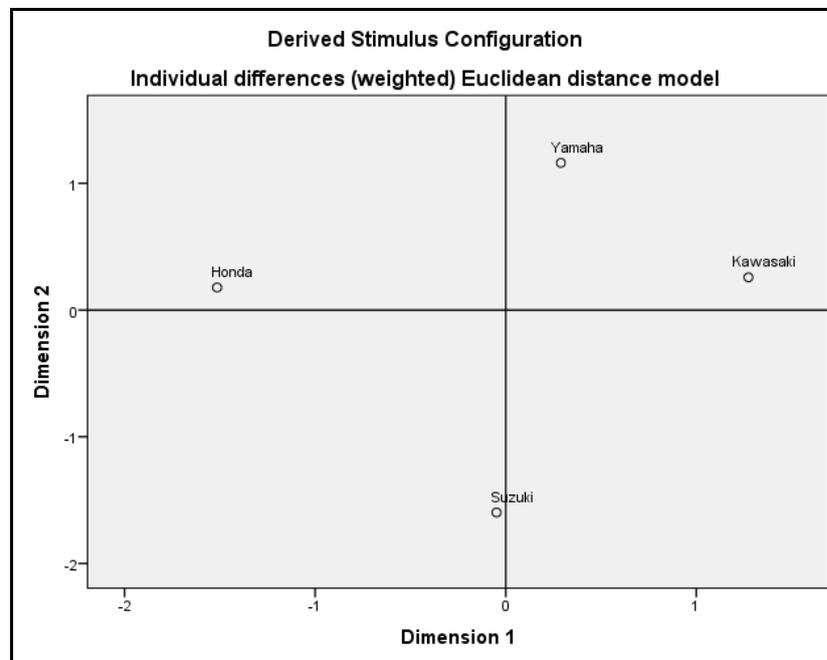
merek motor sport berdasarkan ketersediaan sparepart mencerminkan *perceived quality* akan merek motor sport tersebut. Posisi motor sport berdasarkan *perceived quality* dapat dilihat pada Tabel 4.18 berikut ini.

Tabel 4.18 Koordinat Motor Sport di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Ketersediaan Sparepart

No	Motor Sport	Axis (Dimensi 1)	Axis (Dimensi 2)
1	Kawasaki	1,2732	0,2583
2	Honda	-1,5142	0,1778
3	Yamaha	0,2893	1,1615
4	Suzuki	-0,0483	- 1,5977

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.18 diatas dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing – masing motor sport dengan konfigurasi seperti pada Gambar 4.20 berikut ini.



Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.20 Peta Positioning 2 Dimensi Berdasarkan Atribut Ketersediaan Sparepart

Gambar 4.20 diatas adalah peta *positioning* hasil dari proses INDSCAL (Individual Differences (Weighted) Euclidian Distance Model) untuk menampilkan peta MDS dari empat merek motor sport yaitu Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Gambar 4.20 diatas menunjukkan bahwa dari masing – masing keempat merek motor sport jaraknya berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah hasil dari anggapan atau *perceived quality* bahwa motor sport yang diperbandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut ketersediaan sparepart. Gambar 4.20 diatas menunjukkan bahwa Kawasaki terletak pada kuadran yang berjauhan dengan Honda, Yamaha dan Suzuki, sehingga motor sport Kawasaki tidak memiliki kemiripan dengan motor sport Honda, Yamaha dan Suzuki berdasarkan atribut ketersediaan sparepart. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa ketersediaan sparepart yang dimiliki oleh Kawasaki kepada konsumennya berbeda dengan pesaing – pesaingnya.

4.2.3.7 Peta *Positioning* Berdasarkan Tingkat Keiritan

Perceived quality yang dibahas di bawah ini adalah harga jual yang ditawarkan oleh empat merek sepeda motor sport yaitu Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Jawaban responden yang disajikan pada Tabel 4.19 adalah responden pertama saja.

Tabel 4.19 *Perceived quality* (responden pertama) Tentang Kemiripan Tingkat Keiritan

Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
Kawasaki	0			
Honda	3	0		
Yamaha	3	4	0	
Suzuki	3	3	5	0

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Jawaban responden pada Tabel 4.19 menunjukkan bahwa :

- a. Kemiripan antara Kawasaki dengan Honda dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 3. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki tingkat keiritan bahan bakar yang cukup mirip.
- b. Kemiripan antara Kawasaki dengan Yamaha dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 3. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki tingkat keiritan bahan bakar yang cukup mirip.
- c. Kemiripan antara Kawasaki dengan Suzuki dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 3. Hal ini berarti kedua merek motor sport tersebut memiliki tingkat keiritan bahan bakar yang cukup mirip.
- d. Demikian untuk angka yang seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar merek motor sport itu sendiri (seperti Kawasaki dengan Kawasaki yang tentu tidak ada nilainya).

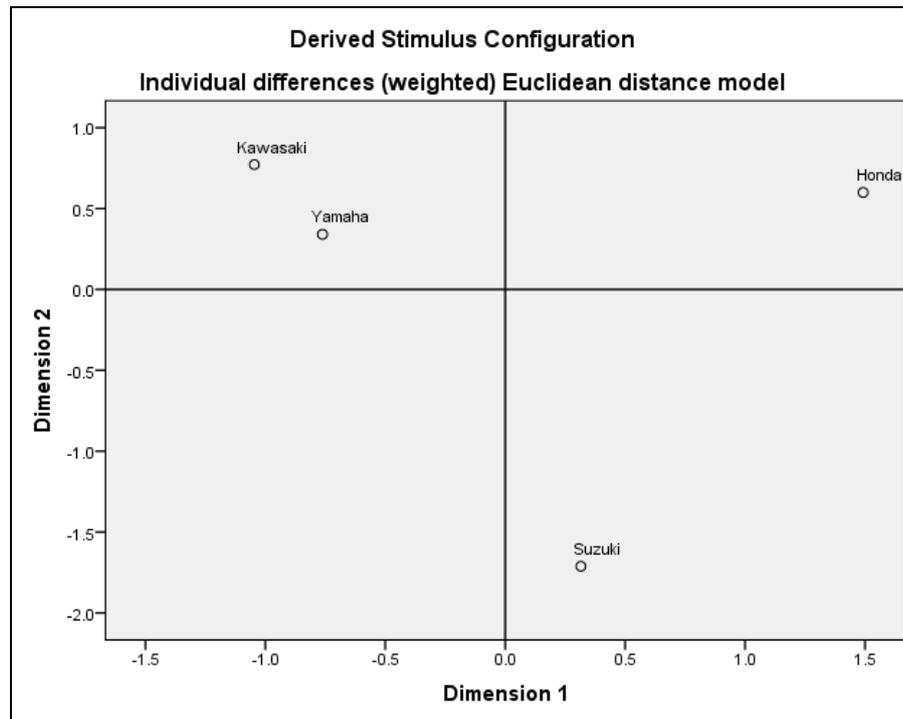
Jawaban dari responden kedua, ketiga, keempat dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing – masing merek motor sport berdasarkan tingkat keiritan bahan bakar mencerminkan *perceived quality* akan merek motor sport tersebut. Posisi motor sport berdasarkan *perceived quality* dapat dilihat pada Tabel 4.20 berikut ini.

Tabel 4.20
Koordinat Motor Sport di Kota Bandar Lampung Berdasarkan Tingkat Keiritan

No	Motor Sport	Axis (Dimensi 1)	Axis (Dimensi 2)
1	Kawasaki	1,0458	0,7717
2	Honda	1,4922	0,5996
3	Yamaha	-0,7617	0,3402
4	Suzuki	0,3154	-1,7115

Sumber : Olah Data Survey (2017)

Berdasarkan koordinat pada Tabel 4.20 diatas dapat dihasilkan peta *positioning* dari masing – masing motor sport dengan konfigurasi seperti pada Gambar 4.21 berikut ini.



Sumber : Olah Data Survey (2017)

Gambar 4.21 Peta Positioning 2 Dimensi Berdasarkan Atribut Tingkat Keiritan

Gambar 4.21 diatas adalah peta *positioning* hasil dari proses INDSCAL (Individual Differences (Weighted) Euclidian Distance Model) untuk menampilkan peta MDS dari empat merek motor sport yaitu Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Gambar 4.21 diatas menunjukkan bahwa dari masing – masing keempat merek motor sport jaraknya berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah hasil dari anggapan atau *perceived quality* bahwa motor sport yang diperbandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut tingkat keiritan konsumsi bahan bakar. Gambar 4.21 diatas menunjukkan bahwa Kawasaki terletak pada kuadran yang berjauhan dengan Honda, Yamaha dan Suzuki, sehingga motor sport Kawasaki tidak memiliki kemiripan dengan motor sport Honda, Yamaha dan Suzuki berdasarkan atribut tingkat keiritan konsumsi bahan bakar. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa atribut harga yang ditawarkan oleh Kawasaki kepada konsumennya berbeda dengan pesaing – pesaingnya.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data dari pengujian *Multi Dimensional Scaling* (MDS) yang telah dilakukan, maka didalam penelitian ini dihasilkan pembahasan dari 7 (tujuh) atribut yang diuji terhadap empat merk sepeda motor sport Kawasaki, Honda, Yamaha, Suzuki yaitu atribut Harga, Mesin, Durabilty, Pilihan Warna, Desain Body, Ketersediaan Sparepart dan Tingkat Keiritan.

4.3.1 Peta Positioning Berdasarkan Atribut Harga

Berdasarkan Gambar 4.15 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan atribut Harga menunjukkan bahwa Kawasaki, Honda, Yamaha, dan Suzuki berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari *perceived quality* yang dimiliki konsumen terhadap produk motor sport yang diperbandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut harga, sehingga produk motor sport tersebut memiliki perbedaan satu sama lain pada harga yang ditawarkan.

Ditinjau dari ukuran skala masing – masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horizontal). Gambar 4.15 menunjukkan bahwa Suzuki (1,4607) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya ialah di benak konsumen harga jual menjadi hal yang paling membedakan bagi Suzuki dibandingkan dengan Kawasaki, Honda dan Yamaha.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin keatas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.15 menunjukkan bahwa koordinat Honda (1,5724) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2). Implikasinya ialah di benak konsumen harga jual menjadi hal yang paling membedakan bagi Honda dibandingkan dengan Kawasaki, Suzuki dan Yamaha.

4.3.2 Peta Positioning Berdasarkan Atribut Mesin

Berdasarkan Gambar 4.16 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan atribut Mesin menunjukkan bahwa Kawasaki, Honda, Yamaha, dan Suzuki berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari *perceived quality* yang dimiliki konsumen terhadap produk motor sport yang diperbandingkan tidak

memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut mesin, sehingga produk motor sport tersebut memiliki perbedaan satu sama lain pada kualitas mesin.

Ditinjau dari ukuran skala masing – masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horizontal). Gambar 4.16 menunjukkan bahwa Kawasaki (1,3932) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya ialah di benak konsumen kualitas menjadi hal yang paling membedakan bagi Kawasaki dibandingkan dengan Suzuki, Honda dan Yamaha.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin keatas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.16 menunjukkan bahwa koordinat Yamaha (1,4005) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2). Implikasinya ialah di benak konsumen kualitas mesin menjadi hal yang paling membedakan bagi Yamaha dibandingkan dengan Kawasaki, Suzuki dan Honda.

4.3.3 Peta Positioning Berdasarkan Atribut Durability

Berdasarkan Gambar 4.17 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan atribut Durability menunjukkan bahwa Kawasaki, Honda, Yamaha, dan Suzuki berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari *perceived quality* yang dimiliki konsumen terhadap produk motor sport yang diperbandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut durability, sehingga produk motor sport tersebut memiliki perbedaan satu sama lain pada ketahanan atau umur operasional yang dimiliki.

Ditinjau dari ukuran skala masing – masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horizontal). Gambar 4.17 menunjukkan bahwa Honda (1,0754) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya ialah di benak konsumen ketahanan atau umur operasional menjadi hal yang paling membedakan bagi Honda dibandingkan dengan Kawasaki, Suzuki dan Yamaha.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin keatas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.17 menunjukkan bahwa koordinat Honda (1,0993) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2).

Implikasinya ialah di benak konsumen ketahanan atau umur operasional menjadi hal yang paling membedakan bagi Honda dibandingkan dengan Kawasaki, Suzuki dan Yamaha.

4.3.4 Peta Positioning Berdasarkan Atribut Pilihan Warna

Berdasarkan Gambar 4.18 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan atribut Pilihan Warna menunjukkan bahwa Kawasaki, Honda, Yamaha, dan Suzuki berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari *perceived quality* yang dimiliki konsumen terhadap produk motor sport yang diperbandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut pilihan warna, sehingga produk motor sport tersebut memiliki perbedaan satu sama lain pada pilihan warna yang ditawarkan.

Ditinjau dari ukuran skala masing – masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horizontal). Gambar 4.18 menunjukkan bahwa Kawasaki (1,3574) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya ialah di benak konsumen pilihan warna menjadi hal yang paling membedakan bagi Kawasaki dibandingkan dengan Suzuki, Honda dan Yamaha.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin keatas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.18 menunjukkan bahwa koordinat Yamaha (1,3023) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2). Implikasinya ialah di benak konsumen pilihan warna menjadi hal yang paling membedakan bagi Yamaha dibandingkan dengan Kawasaki, Suzuki dan Honda.

4.3.5 Peta Positioning Berdasarkan Atribut Desain Body

Berdasarkan Gambar 4.19 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan atribut Desain Body menunjukkan bahwa Kawasaki, Honda, Yamaha, dan Suzuki berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari *perceived quality* yang dimiliki konsumen terhadap produk motor sport yang diperbandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut desain

body, sehingga produk motor sport tersebut memiliki perbedaan satu sama lain pada desain body yang dimiliki motor sport.

Ditinjau dari ukuran skala masing – masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horizontal). Gambar 4.19 menunjukkan bahwa Kawasaki (1,3992) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya ialah di benak konsumen desain body menjadi hal yang paling membedakan bagi Kawasaki dibandingkan dengan Suzuki, Honda dan Yamaha.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin keatas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.19 menunjukkan bahwa koordinat Yamaha (1,3990) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2). Implikasinya ialah di benak konsumen desain body menjadi hal yang paling membedakan bagi Honda dibandingkan dengan Kawasaki, Suzuki dan Honda.

4.3.6 Peta Positioning Berdasarkan Atribut Ketersediaan Sparepart

Berdasarkan Gambar 4.20 Peta *Positioning* kemiripan berdasarkan atribut Ketersediaan Sparepart menunjukkan bahwa Kawasaki, Honda, Yamaha, dan Suzuki berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari *perceived quality* yang dimiliki konsumen terhadap produk motor sport yang diperbandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut ketersediaan sparepart, sehingga produk motor sport tersebut memiliki perbedaan satu sama lain pada ketersediaan sparepart.

Ditinjau dari ukuran skala masing – masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horizontal). Gambar 4.20 menunjukkan bahwa Kawasaki (1,2732) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya ialah di benak konsumen ketersediaan sparepart menjadi hal yang paling membedakan bagi Kawasaki dibandingkan dengan Suzuki, Honda dan Yamaha.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin keatas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.20 menunjukkan bahwa koordinat Yamaha (1,1615) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2).

Implikasinya ialah di benak konsumen ketersediaan sparepart menjadi hal yang paling membedakan bagi Yamaha dibandingkan dengan Kawasaki, Suzuki dan Honda.

4.3.7 Peta Positioning Berdasarkan Atribut Tingkat Keiritan

Berdasarkan Gambar 4.21, peta *Positioning* kemiripan berdasarkan atribut Tingkat Keiritan menunjukkan bahwa Kawasaki, Honda, Yamaha, dan Suzuki berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari *perceived quality* yang dimiliki konsumen terhadap produk motor sport yang diperbandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut tingkat keiritan, sehingga produk motor sport tersebut memiliki perbedaan satu sama lain pada tingkat keiritan konsumsi bahan bakar.

Ditinjau dari ukuran skala masing – masing dimensi, bahwa semakin ke kanan, angka dimensi 1 semakin besar (di ujung kanan garis horizontal). Gambar 4.21 menunjukkan bahwa Honda (1,4922) berada paling dekat dengan angka dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya ialah di benak konsumen tingkat keiritan konsumsi bahan bakar menjadi hal yang paling membedakan bagi Honda dibandingkan dengan Kawasaki, Suzuki dan Yamaha.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin keatas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (di ujung atas garis vertikal). Gambar 4.21 menunjukkan bahwa koordinat Kawasaki (0,7717) berada paling dekat dengan angka dimensi 2 yang terbesar (2). Implikasinya ialah di benak konsumen tingkat keiritan konsumsi bahan bakar menjadi hal yang paling membedakan bagi Kawasaki dibandingkan dengan Honda, Suzuki dan Yamaha.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Peta positioning sepeda motor sport berdasarkan persepsi konsumen untuk atribut Harga menunjukkan bahwa Suzuki dan Honda unggul pada harga.
2. Peta positioning sepeda motor sport berdasarkan persepsi konsumen untuk atribut Mesin menunjukkan bahwa Kawasaki dan Yamaha unggul pada kualitas mesin.
3. Peta positioning sepeda motor sport berdasarkan persepsi konsumen untuk atribut Durability menunjukkan bahwa Honda unggul pada ketahanan atau umur operasional.
4. Peta positioning sepeda motor sport berdasarkan persepsi konsumen untuk atribut Pilihan Warna menunjukkan bahwa Kawasaki dan Yamaha unggul pada pilihan warna yang ditawarkan.
5. Peta positioning sepeda motor sport berdasarkan persepsi konsumen untuk atribut Desain Body menunjukkan bahwa Kawasaki dan Yamaha unggul pada desain body yang dimiliki.
6. Peta positioning sepeda motor sport berdasarkan persepsi konsumen untuk atribut Ketersediaan Sparepart menunjukkan bahwa Kawasaki dan Yamaha unggul pada banyaknya sparepart yang tersedia.
7. Peta positioning sepeda motor sport berdasarkan persepsi konsumen untuk atribut Tingkat Keiritan menunjukkan bahwa Kawasaki dan Honda unggul pada tingkat keiritan konsumsi bahan bakar.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian, pembahasan dan beberapa kesimpulan yang di dapat, maka selanjutnya dapat diajukan beberapa saran yang mungkin dapat dipertimbangkan, yaitu sebagai berikut:

1. Menurut responden, Kawasaki memiliki kelemahan pada durability dan harga, oleh karena itu disarankan bagi pihak produsen Kawasaki untuk mengoptimalkan daya tahan motor dan menyesuaikan harga jual. Jadi meskipun hampir secara keseluruhan sepeda motor sport Kawasaki memiliki kelebihan bagi konsumen, tetapi konsumen juga akan mendapatkan motor sport dengan daya tahan yang tinggi dan harga yang terjangkau.
2. Menurut responden, Honda memiliki harga, durability dan tingkat keiritan bahan bakar yang lebih baik dibandingkan dengan Kawasaki, Yamaha dan Suzuki. Oleh karena itu disarankan bagi pihak produsen Honda untuk mengoptimalkan kualitas mesin, desain body, pilihan warna dan ketersediaan sparepart yang lebih baik. Jadi dengan adanya peningkatan kualitas maka persepsi konsumen tentang merek Honda juga akan meningkat.
3. Menurut responden, Suzuki memiliki kelebihan hanya pada harga yang terjangkau saja. Oleh karena itu disarankan bagi produsen Suzuki untuk mengoptimalkan dan meningkatkan kualitas mesin, durability, desain body, pilihan warna, ketersediaan sparepart dan tingkat keiritan konsumsi bahan bakar yang lebih baik agar mampu bersaing dengan ketiga merek motor sport lainnya.
4. Menurut responden, Yamaha memiliki kelemahan pada harga, durability dan tingkat keiritan bahan bakar. Oleh karena itu disarankan bagi produsen Yamaha untuk meningkatkan kualitas durability dan tingkat konsumsi bahan bakar serta menggunakan harga yang lebih terjangkau bagi konsumen.
5. Pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat menguji kausalitas untuk melihat pengaruh atribut terhadap keputusan pembelian dari suatu merek sepeda motor sport untuk merek Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki. Misalnya pengaruh

efektifitas iklan dan selebriti yang mengendorse terhadap keputusan pembelian sepeda motor sport merek Kawasaki, Honda, Yamaha dan Suzuki.

8. Sebagai penelitian lanjutan, direkomendasikan untuk mengembangkan penelitian ini dengan atribut- atribut yang belum digunakan pada penelitian ini seperti gaya hidup, tingkat penghasilan dan lain-lain.
9. Pada penelitian selanjutnya, peneliti diharapkan dapat memfokuskan cakupan wilayah pengambilan sampel untuk melihat hasil yang akan bervariasi tergantung dari kota yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmajaya, IBI. 2017. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Skripsi*. IBI Darmajaya Bandar Lampung
- Dharmmesta, Basu S dan Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE : Yogyakarta.
- Dimiyati, Mohamad. 2014. *Analisis Peta Positioning Dan Daya Saing Sepeda Motor Yamaha V-Ixion Di Kota Jember*. Universitas Negeri Jember.
- Ginting, Nembah F.Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV Yrama Widya
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus – Kasus Pilihan*. Yogyakarta : Alma Buchari.
- Id.priceprice.com. 2017. *Penjualan Motor Nasional 2016*. Diunduh dari <http://id.priceprice.com/news/> [Diunduh pada 15 April 2017].
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan. Jakarta : PT Erlangga.
- Kotler Philip dan Lane Keller, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas jilid 1. PT.Index. Jakarta
- Mamang, Etta dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian*. Andi Offset. Yogyakarta
- Narimawati, Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media
- Simamora, Bilson. 2005. *Analisis multivariant Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama
- Soegoto, Eddy Soeryanto. 2010. *Enterpreneurship : Menjadi Pebisnis Ulung*. Edisi Revisi. Jakarta : Kompas Gramedia.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta : Bandung.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi

LAMPIRAN
REKAPITULASI KUISIONER

Hasil Responden Atribut
Harga

No	Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
1	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
2	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
3	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	3	4	5	0
4	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
5	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
6	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0
7	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
8	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
9	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
10	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		

No.	Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
51	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
52	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
53	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	4	5	4	0
54	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
55	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
56	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
57	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
58	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
59	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
60	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		

	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
11	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
12	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	5	4	5	0
13	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	4	2	4	0
14	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
15	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
16	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	2	3	0
17	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
18	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
19	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	4	2	5	0
20	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	4	4	4	0
21	Kawasaki	0			

	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0
61	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
62	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
63	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
64	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
65	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
66	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	5	4	5	0
67	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	4	2	4	0
68	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
69	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
70	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
71	Kawasaki	0			

	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	5	4	4	0
22	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	2	4	2	0
23	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	4	4	4	0
24	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	5	0	
	Suzuki	5	4	4	0
25	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
26	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	5	3	4	0
27	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	5	0	
	Suzuki	4	4	4	0
28	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	2	4	0
29	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	5	0	
	Suzuki	4	5	4	0
30	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
31	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0

	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
72	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
73	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
74	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
75	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
76	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	4	5	4	0
77	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	3	2	4	0
78	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
79	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
80	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
81	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0

32	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	4	5	4	0
33	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
34	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
35	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
36	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
37	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
38	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	4	5	4	0
39	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	3	2	4	0
40	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
41	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
42	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	3	0	

82	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
83	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
84	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
85	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	2	4	2	0
86	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	4	4	4	0
87	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	5	0	
	Suzuki	5	4	4	0
88	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
89	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	5	3	4	0
90	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
91	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
92	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	

	Suzuki	4	5	4	0
43	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
44	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
45	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
46	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
47	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
48	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	3	0	
	Suzuki	4	5	4	0
49	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	4	4	3	0
50	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	3	5	4	0

	Suzuki	3	4	5	0
93	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
94	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
95	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	2	3	0
96	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
97	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
98	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	4	2	5	0
99	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	4	4	4	0
100	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	5	4	4	0

Hasil Responden Atribut Mesin

No	Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
1	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
2	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
3	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
4	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
5	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
6	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	5	4	5	0
7	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	4	2	4	0
8	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
9	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
10	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		

No	Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
51	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
52	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
53	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
54	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
55	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
56	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	3	0
57	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
58	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
59	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
60	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		

	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
11	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
12	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
13	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
14	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
15	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
16	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
17	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
18	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
19	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
20	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
21	Kawasaki	0			

	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
61	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
62	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
63	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
64	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
65	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
66	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
67	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
68	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
69	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
70	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	5	4	5	0
71	Kawasaki	0			

	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
22	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	2	4	2	0
23	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	4	4	4	0
24	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	5	0	
	Suzuki	5	4	4	0
25	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
26	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	5	3	4	0
27	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
28	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
29	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	3	4	5	0
30	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
31	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	4	2	4	0
72	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
73	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
74	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
75	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
76	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
77	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	3	0
78	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	4	4	4	0
79	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	5	0	
	Suzuki	5	4	4	0
80	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
81	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	5	3	4	0

32	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	3	2	3	0	
33	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	4	4	0		
	Suzuki	4	3	5	0	
34	Kawasaki	0				
	Honda	5	0			
	Yamaha	4	4	0		
	Suzuki	4	3	5	0	
35	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	2	2	2	0	
36	Kawasaki	0				
	Honda	5	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	2	2	2	0	
37	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	2	2	2	0	
38	Kawasaki	0				
	Honda	5	0			
	Yamaha	3	2	0		
	Suzuki	5	3	3	0	
39	Kawasaki	0				
	Honda	5	0			
	Yamaha	3	3	0		
	Suzuki	5	3	5	0	
40	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	2	0		
	Suzuki	4	3	4	0	
41	Kawasaki	0				
	Honda	3	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	3	3	5	0	
42	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	4	5	0		

82	Kawasaki	0				
	Honda	5	0			
	Yamaha	4	4	0		
	Suzuki	4	4	5	0	
83	Kawasaki	0				
	Honda	3	0			
	Yamaha	3	2	0		
	Suzuki	4	3	2	0	
84	Kawasaki	0				
	Honda	2	0			
	Yamaha	2	4	0		
	Suzuki	3	4	5	0	
85	Kawasaki	0				
	Honda	2	0			
	Yamaha	3	3	0		
	Suzuki	3	2	2	0	
86	Kawasaki	0				
	Honda	5	0			
	Yamaha	3	2	0		
	Suzuki	5	3	3	0	
87	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	3	2	3	0	
88	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	4	4	0		
	Suzuki	4	3	5	0	
89	Kawasaki	0				
	Honda	5	0			
	Yamaha	4	4	0		
	Suzuki	4	3	5	0	
90	Kawasaki	0				
	Honda	3	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	4	3	4	0	
91	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	2	0		
	Suzuki	4	3	4	0	
92	Kawasaki	0				
	Honda	3	0			
	Yamaha	3	4	0		

	Suzuki	3	3	5	0
43	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
44	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
45	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
46	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
47	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
48	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
49	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
50	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0

	Suzuki	3	3	5	0
93	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
94	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
95	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
96	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	5	4	5	0
97	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	4	2	4	0
98	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
99	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
100	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0

Hasil Responden Atribut Durability

No	Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
1	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	4	3	3	0
2	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	2	2	0	
	Suzuki	4	3	3	0
3	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	2	2	0	
	Suzuki	5	4	3	0
4	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
5	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
6	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	3	0
7	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
8	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
9	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
10	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		

No	Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
51	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	4	4	4	0
52	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	5	0	
	Suzuki	5	4	4	0
53	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
54	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	5	3	4	0
55	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
56	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
57	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	3	4	5	0
58	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
59	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
60	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		

	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
11	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	3	0	
	Suzuki	3	2	3	0
12	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
13	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
14	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
15	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
16	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	5	4	5	0
17	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	4	2	4	0
18	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
19	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
20	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
21	Kawasaki	0			

	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
61	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
62	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
63	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
64	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
65	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
66	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	2	4	2	0
67	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	4	4	4	0
68	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	5	0	
	Suzuki	5	4	4	0
69	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
70	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	5	3	4	0
71	Kawasaki	0			

	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
22	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
23	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
24	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	3	0
25	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
26	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
27	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
28	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
29	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0
30	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
31	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0

	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
72	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
73	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	3	4	5	0
74	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
75	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
76	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	2	3	0
77	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
78	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
79	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
80	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
81	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0

32	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
33	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
34	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
35	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
36	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
37	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	4	5	4	0
38	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
39	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
40	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
41	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
42	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	

82	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
83	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
84	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	3	0
85	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
86	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
87	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
88	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
89	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
90	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
91	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
92	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	

	Suzuki	2	2	2	0
43	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
44	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0
45	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
46	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
47	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	3	4	5	0
48	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
49	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
50	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0

	Suzuki	4	5	2	0
93	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
94	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
95	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
96	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
97	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
98	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
99	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
100	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	5	0	
	Suzuki	5	5	3	0

Hasil Responden Atribut Pilihan Warna

No	Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
1	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
2	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
3	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
4	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
5	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
6	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
7	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
8	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	2	4	2	0
9	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	4	4	4	0
10	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		

No	Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
51	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
52	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
53	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
54	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
55	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
56	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
57	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
58	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
59	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
60	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		

	Yamaha	5	5	0	
	Suzuki	5	4	4	0
11	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
12	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	5	3	4	0
13	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
14	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
15	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	3	4	5	0
16	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
17	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
18	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	2	3	0
19	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
20	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
21	Kawasaki	0			

	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
61	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	5	4	5	0
62	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	4	2	4	0
63	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
64	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
65	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
66	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
67	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
68	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
69	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
70	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
71	Kawasaki	0			

	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
22	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
23	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
24	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
25	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
26	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
27	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
28	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
29	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
30	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	2	4	2	0
31	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	4	4	4	0

	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
72	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
73	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
74	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0
75	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
76	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
77	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
78	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
79	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
80	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
81	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0

32	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	5	0	
	Suzuki	5	4	4	0
33	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
34	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	5	3	4	0
35	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
36	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
37	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
38	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
39	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0
40	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
41	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
42	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	4	4	0	

82	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
83	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
84	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
85	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
86	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
87	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
88	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
89	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
90	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
91	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
92	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	

	Suzuki	4	4	4	0
43	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
44	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	4	5	4	0
45	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
46	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
47	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
48	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
49	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0
50	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0

	Suzuki	3	4	5	0
93	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
94	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
95	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0
96	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
97	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
98	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
99	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
100	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0

Hasil Responden Atribut Desain Body

No	Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
1	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
2	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
3	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
4	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
5	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
6	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
7	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
8	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
9	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
10	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		

No	Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
51	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
52	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
53	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
54	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	3	0	
	Suzuki	4	5	4	0
55	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	4	4	3	0
56	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	3	5	4	0
57	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
58	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
59	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
60	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		

	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
11	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
12	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
13	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
14	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
15	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	2	3	0
16	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
17	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
18	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
19	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
20	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
21	Kawasaki	0			

	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
61	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0
62	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
63	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
64	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
65	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
66	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
67	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
68	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	2	3	0
69	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
70	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
71	Kawasaki	0			

	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
22	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
23	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
24	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	5	4	5	0
25	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	4	2	4	0
26	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
27	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
28	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
29	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
30	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
31	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	3	0

	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
72	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
73	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
74	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
75	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0
76	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
77	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
78	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
79	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
80	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
81	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0

32	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	4	4	4	0
33	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	5	0	
	Suzuki	5	4	4	0
34	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
35	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	5	3	4	0
36	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
37	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
38	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	3	4	5	0
39	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
40	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
41	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
42	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	

82	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
83	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
84	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	5	4	5	0
85	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	4	2	4	0
86	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
87	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
88	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
89	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
90	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
91	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
92	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	

	Suzuki	4	4	5	0
43	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
44	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	3	4	5	0
45	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
46	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
47	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	2	3	0
48	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
49	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
50	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0

	Suzuki	2	2	2	0
93	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
94	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
95	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
96	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
97	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
98	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
99	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
100	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	2	4	2	0

Hasil Responden Atribut Ketersediaan Sparepart

No	Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
1	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
2	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
3	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	5	4	5	0
4	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	3	3	0
5	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
6	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
7	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	4	5	4	0
8	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
9	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
10	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		

No	Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
51	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
52	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
53	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
54	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	3	0
55	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
56	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
57	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
58	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
59	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
60	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		

	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
11	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
12	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	5	3	4	0
13	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
14	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
15	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	3	4	5	0
16	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
17	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
18	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	2	3	0
19	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
20	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
21	Kawasaki	0			

	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
61	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
62	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
63	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
64	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
65	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
66	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	4	3	3	0
67	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	2	2	0	
	Suzuki	4	3	3	0
68	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	2	2	0	
	Suzuki	5	4	3	0
69	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
70	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
71	Kawasaki	0			

	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
22	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
23	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
24	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
25	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
26	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	5	3	4	0
27	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
28	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	5	3	4	0
29	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
30	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
31	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	3	4	5	0

	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	3	0
72	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
73	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
74	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
75	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
76	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	3	0	
	Suzuki	3	2	3	0
77	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
78	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
79	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	5	0	
	Suzuki	3	5	3	0
80	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
81	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0

32	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
33	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
34	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
35	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0
36	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
37	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
38	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
39	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
40	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
41	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
42	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	

82	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
83	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
84	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
85	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	5	4	5	0
86	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	4	2	4	0
87	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
88	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
89	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
90	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
91	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
92	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	

	Suzuki	4	5	2	0
43	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
44	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
45	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	5	0	
	Suzuki	5	5	3	0
46	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
47	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
48	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
49	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
50	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	3	0

	Suzuki	2	2	2	0
93	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
94	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
95	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
96	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	3	4	5	0
97	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
98	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
99	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0
100	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0

Hasil Responden Atribut Tingkat Keiritan

No	Motor	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
1	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
2	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
3	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
4	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
5	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
6	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
7	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
8	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
9	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
10	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
51	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
52	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
53	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
54	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
55	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0
56	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
57	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	5	0
58	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	5	0	
	Suzuki	3	3	5	0
59	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
60	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		

	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
11	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
12	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
13	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
14	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
15	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
16	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	3	5	0
17	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	4	2	5	0
18	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	4	4	4	0
19	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	4	3	4	0
20	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
21	Kawasaki	0			
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	3	3	2	0
61	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	2	4	2	0
62	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	5	4	0	
	Suzuki	4	4	4	0
63	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	5	0
64	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
65	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
66	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
67	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
68	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	2	4	2	0
69	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	2	5	0	
	Suzuki	4	4	4	0
70	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	5	5	0	
	Suzuki	5	4	4	0
71	Kawasaki	0			

	Honda	5	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	5	3	3	0
22	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	5	3	5	0
23	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	4	0
24	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
25	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
26	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
27	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
28	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
29	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
30	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
31	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
	Honda	4	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	4	3	4	0
72	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	5	3	4	0
73	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	4	4	0	
	Suzuki	4	4	5	0
74	Kawasaki	0			
	Honda	3	0		
	Yamaha	3	2	0	
	Suzuki	4	3	2	0
75	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	2	4	0	
	Suzuki	3	4	5	0
76	Kawasaki	0			
	Honda	2	0		
	Yamaha	3	3	0	
	Suzuki	3	2	2	0
77	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	4	0
78	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	4	5	2	0
79	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0
80	Kawasaki	0			
	Honda	5	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	3	3	3	0
81	Kawasaki	0			
	Honda	4	0		
	Yamaha	3	4	0	
	Suzuki	2	2	2	0

32	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	4	5	2	0	
33	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	2	2	2	0	
34	Kawasaki	0				
	Honda	5	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	2	2	2	0	
35	Kawasaki	0				
	Honda	3	0			
	Yamaha	3	5	0		
	Suzuki	5	5	3	0	
36	Kawasaki	0				
	Honda	3	0			
	Yamaha	5	4	0		
	Suzuki	4	4	4	0	
37	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	4	5	5	0	
38	Kawasaki	0				
	Honda	3	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	4	3	4	0	
39	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	4	5	4	0	
40	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	4	5	2	0	
41	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	2	2	2	0	
42	Kawasaki	0				
	Honda	5	0			
	Yamaha	3	4	0		
82	Kawasaki	0				
	Honda	5	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	2	2	2	0	
83	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	2	2	2	0	
84	Kawasaki	0				
	Honda	5	0			
	Yamaha	3	2	0		
	Suzuki	5	3	3	0	
85	Kawasaki	0				
	Honda	5	0			
	Yamaha	3	3	0		
	Suzuki	5	3	5	0	
86	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	2	0		
	Suzuki	4	3	4	0	
87	Kawasaki	0				
	Honda	3	0			
	Yamaha	5	4	0		
	Suzuki	4	4	4	0	
88	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	4	5	5	0	
89	Kawasaki	0				
	Honda	3	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	4	3	4	0	
90	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	4	5	4	0	
91	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		
	Suzuki	4	5	2	0	
92	Kawasaki	0				
	Honda	4	0			
	Yamaha	3	4	0		

	Suzuki	2	2	2	0				
43	Kawasaki	0							
	Honda	5	0						
	Yamaha	2	5	0					
	Suzuki	2	4	2	0				
44	Kawasaki	0							
	Honda	3	0						
	Yamaha	5	4	0					
	Suzuki	4	4	4	0				
45	Kawasaki	0							
	Honda	4	0						
	Yamaha	3	4	0					
	Suzuki	4	5	5	0				
46	Kawasaki	0							
	Honda	3	0						
	Yamaha	3	4	0					
	Suzuki	4	3	4	0				
47	Kawasaki	0							
	Honda	4	0						
	Yamaha	3	4	0					
	Suzuki	4	5	4	0				
48	Kawasaki	0							
	Honda	4	0						
	Yamaha	3	4	0					
	Suzuki	4	5	2	0				
49	Kawasaki	0							
	Honda	4	0						
	Yamaha	3	4	0					
	Suzuki	2	2	2	0				
50	Kawasaki	0							
	Honda	5	0						
	Yamaha	2	4	0					
	Suzuki	2	4	2	0				
	Suzuki	2	2	2	0				
93	Kawasaki	0							
	Honda	5	0						
	Yamaha	3	4	0					
	Suzuki	2	2	2	0				
94	Kawasaki	0							
	Honda	4	0						
	Yamaha	3	2	0					
	Suzuki	4	3	4	0				
95	Kawasaki	0							
	Honda	3	0						
	Yamaha	3	4	0					
	Suzuki	3	3	5	0				
96	Kawasaki	0							
	Honda	4	0						
	Yamaha	4	5	0					
	Suzuki	3	3	5	0				
97	Kawasaki	0							
	Honda	4	0						
	Yamaha	3	4	0					
	Suzuki	4	4	4	0				
98	Kawasaki	0							
	Honda	3	0						
	Yamaha	3	2	0					
	Suzuki	3	3	2	0				
99	Kawasaki	0							
	Honda	5	0						
	Yamaha	2	5	0					
	Suzuki	5	4	5	0				
100	Kawasaki	0							
	Honda	4	0						
	Yamaha	3	3	0					
	Suzuki	4	2	4	0				

LAMPIRAN
HASIL ANALISIS MDS

1. Hasil Output Atribut Harga

Iteration history for the 2 dimensional solution (in squared distances)

Young's S-stress formula 1 is used.

Iteration	S-stress	Improvement
0	.24001	
1	.22402	
2	.21558	.00843
3	.20896	.00663
4	.20242	.00654
5	.19874	.00367
6	.17590	.02284
7	.18274	-.00684

Stress and squared correlation (RSQ) in distances

RSQ values are the proportion of variance of the scaled data (disparities) in the partition (row, matrix, or entire data) which is accounted for by their corresponding distances.

Stress values are Kruskal's stress formula 1.

Averaged (rms) over matrices

Stress = .11375 RSQ = .78399

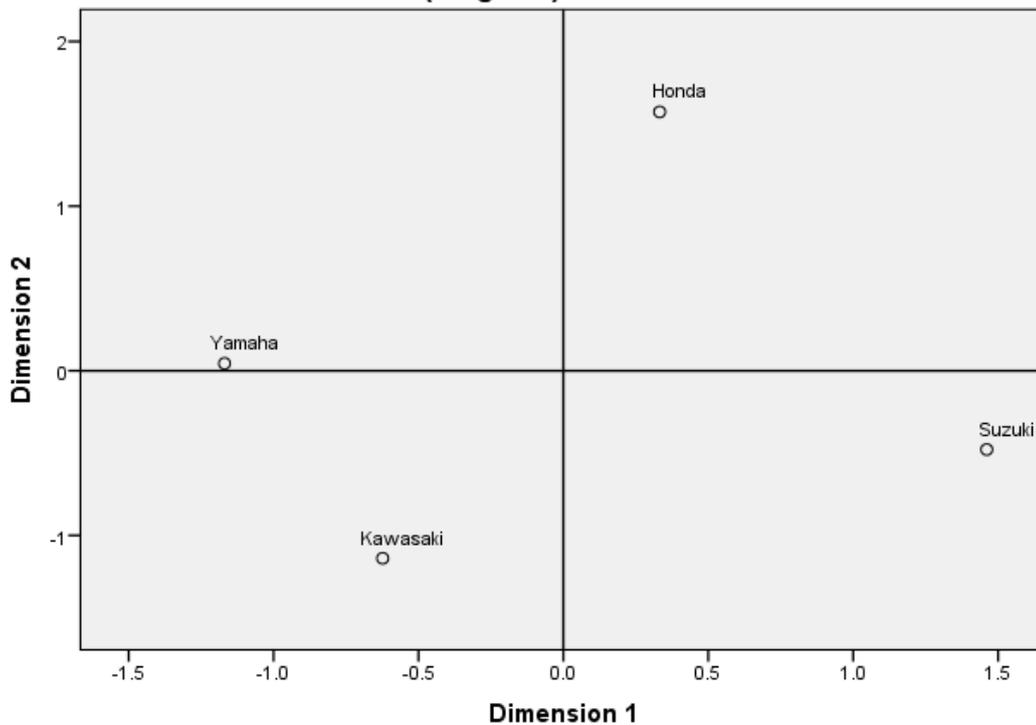
Configuration derived in 2 dimensions

Stimulus Coordinates Dimension

Stimulus Number	Stimulus Name	1	2
1	Kawasaki	-.6236	-1.1388
2	Honda	.3322	1.5724
3	Yamaha	-1.1693	.0444
4	Suzuki	1.4607	-.4781

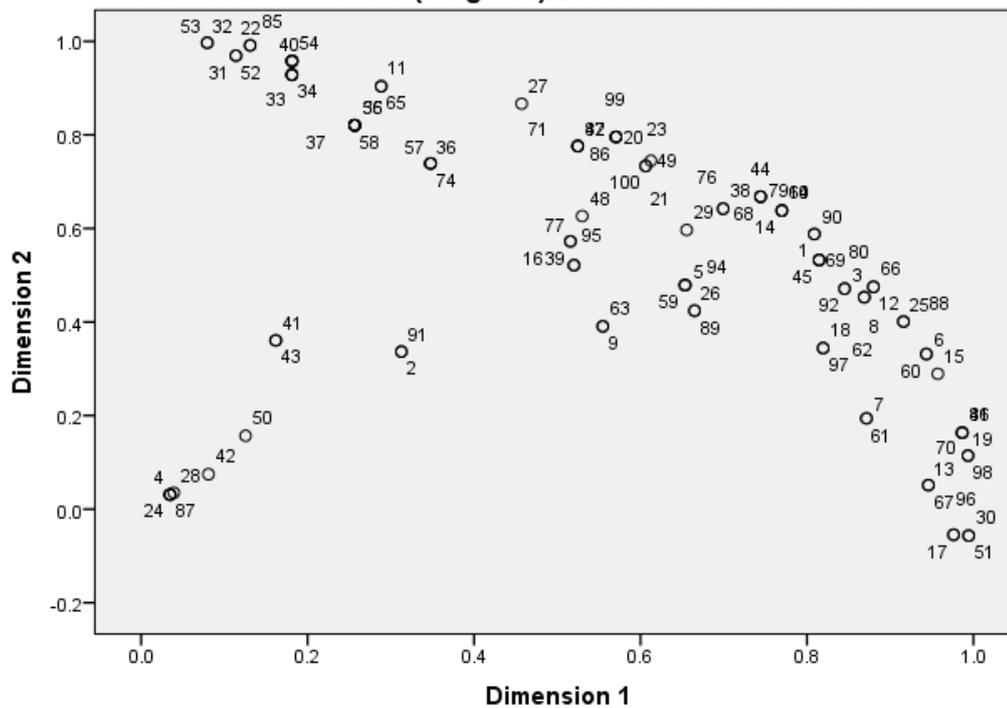
Derived Stimulus Configuration

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



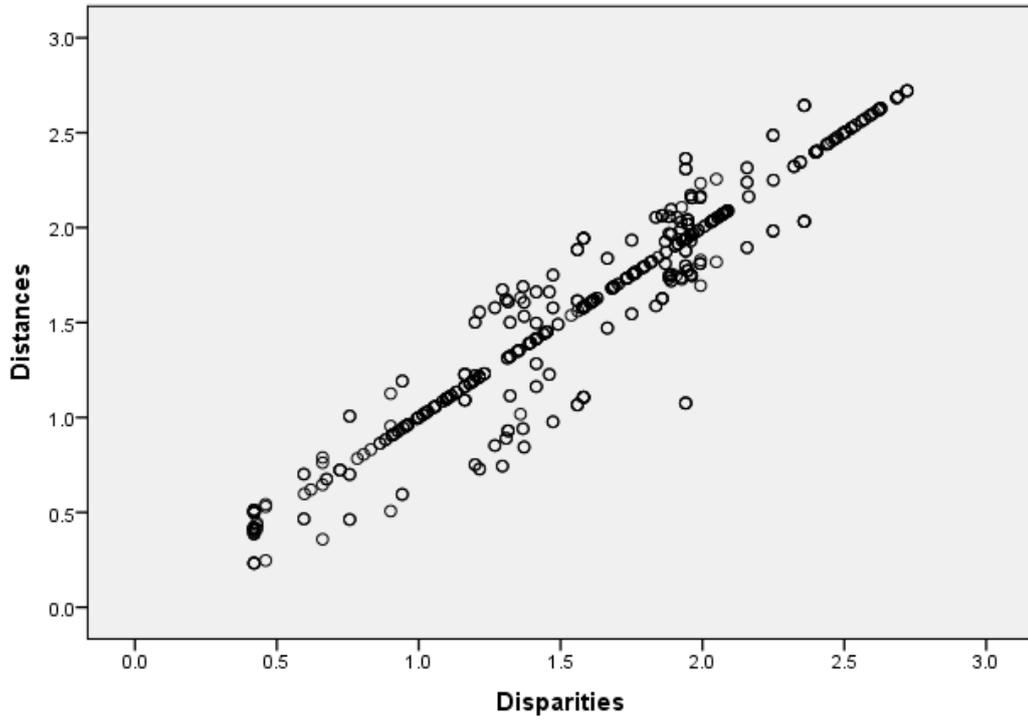
Derived Subject Weights

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



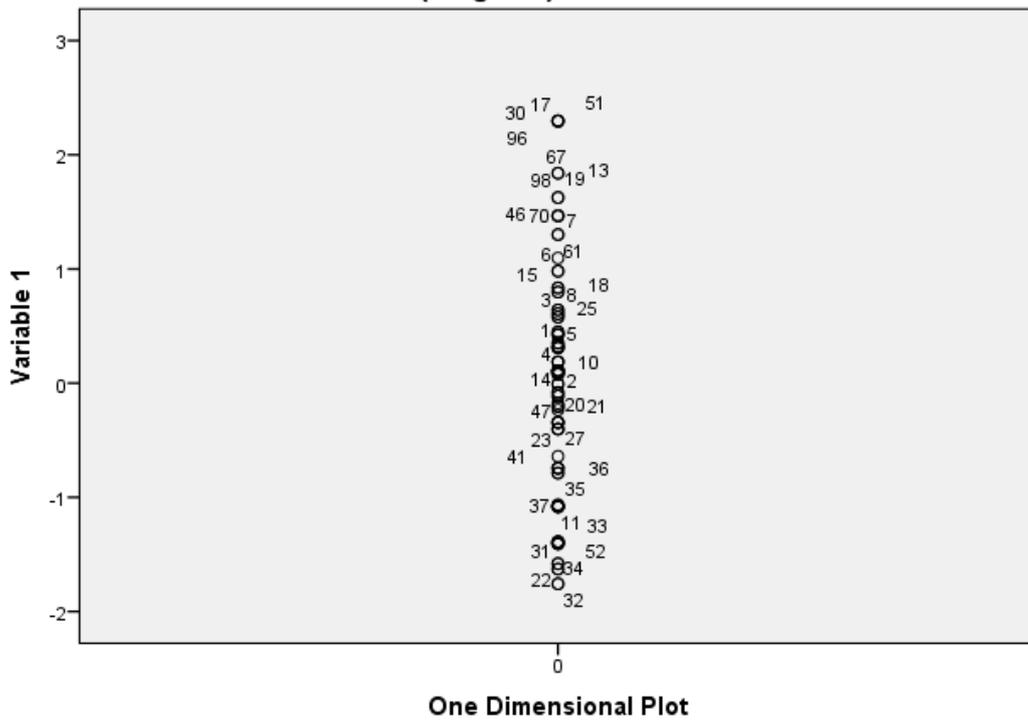
Scatterplot of Linear Fit

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



Flattened Subject Weights

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



2. Hasil Output Atribut Mesin

Iteration history for the 2 dimensional solution (in squared distances)

Young's S-stress formula 1 is used.

Iteration	S-stress	Improvement
0	.21510	
1	.19243	
2	.17266	.01976
3	.16013	.01253
4	.15168	.00845
5	.14634	.00534
6	.14345	.00289
7	.14181	.00164
8	.14091	.00090

Iterations stopped because
S-stress improvement is less than .001000

Stress and squared correlation (RSQ) in distances

RSQ values are the proportion of variance of the scaled data (disparities)
in the partition (row, matrix, or entire data) which
is accounted for by their corresponding distances.
Stress values are Kruskal's stress formula 1.

Averaged (rms) over matrices
Stress = .07373 RSQ = .82892

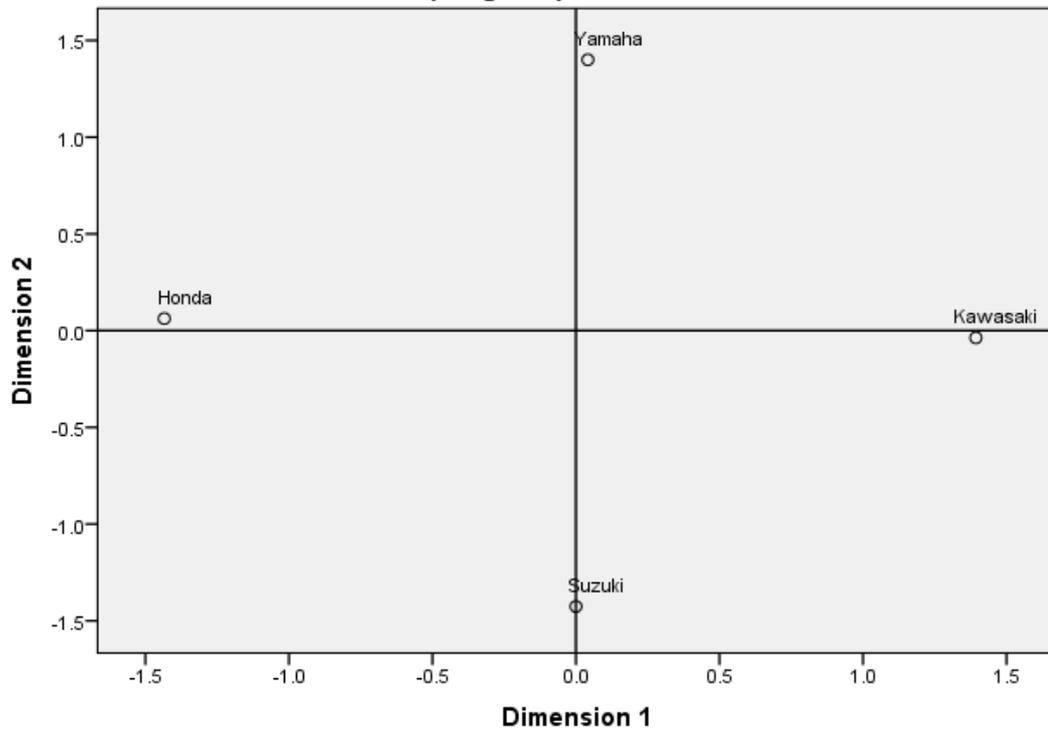
Configuration derived in 2 dimensions

Stimulus Coordinates Dimension

Stimulus Number	Stimulus Name	1	2
1	Kawasaki	1.3932	-.0368
2	Honda	-1.4343	.0623
3	Yamaha	.0412	1.4005
4	Suzuki	-.0002	-1.4260

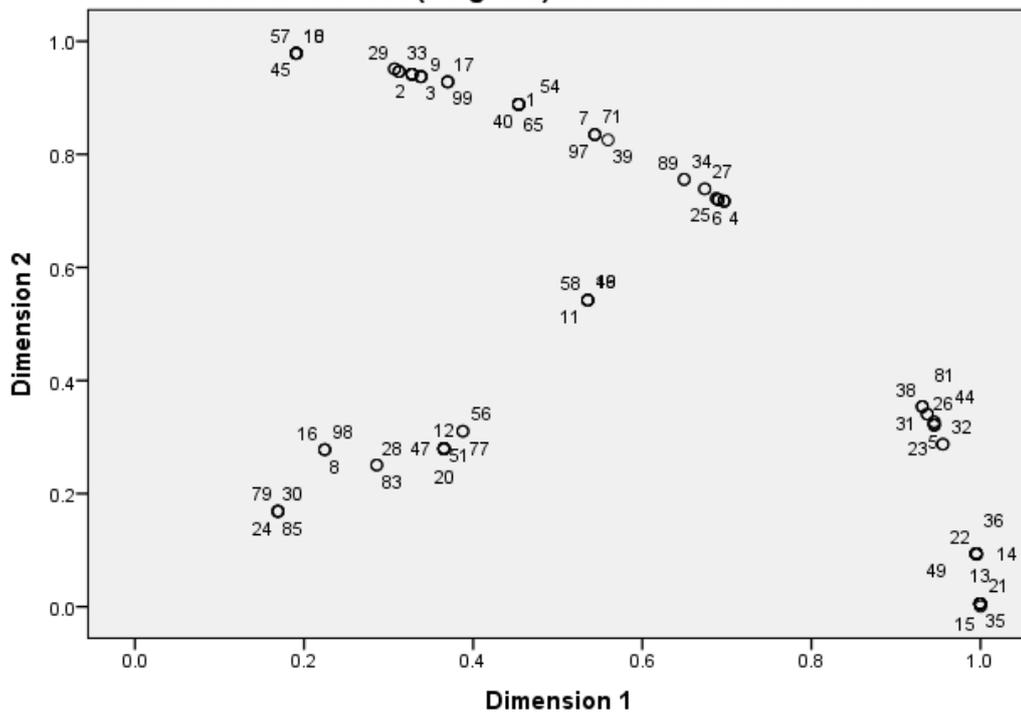
Derived Stimulus Configuration

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



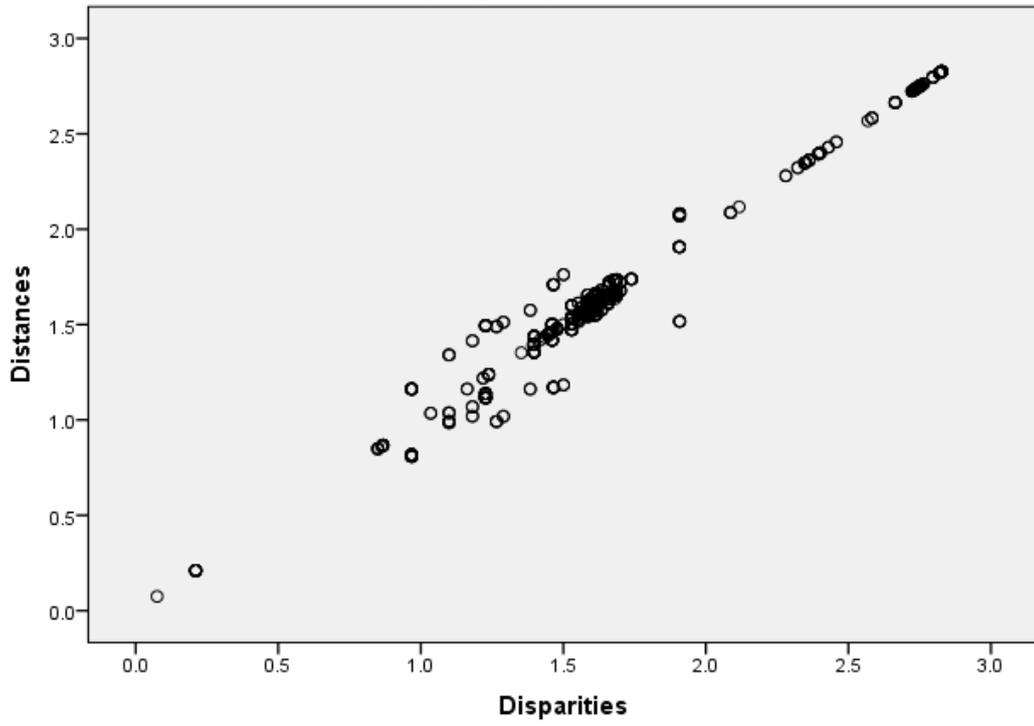
Derived Subject Weights

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



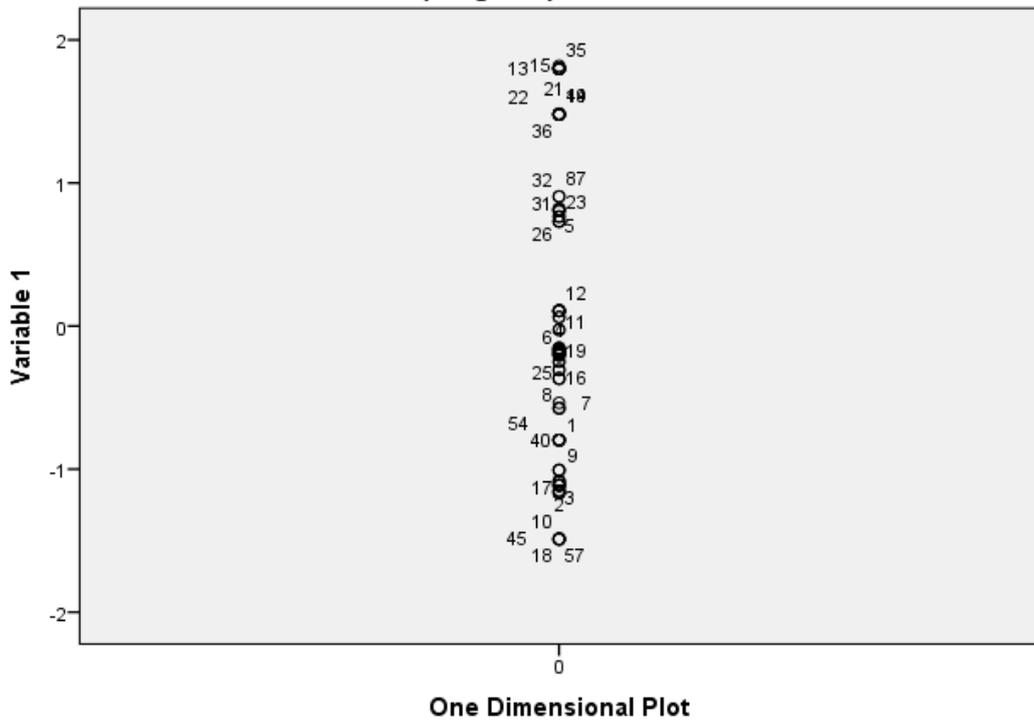
Scatterplot of Linear Fit

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



Flattened Subject Weights

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



3. Hasil Output Atribut Durability

Iteration history for the 2 dimensional solution (in squared distances)

Young's S-stress formula 1 is used.

Iteration	S-stress	Improvement
0	.25635	
1	.25500	
2	.24488	.01013
3	.24013	.00475
4	.23657	.00356
5	.23320	.00338
6	.22951	.00369
7	.22539	.00412
8	.22044	.00495
9	.21524	.00519
10	.20972	.00552
11	.20396	.00576
12	.19819	.00577
13	.19349	.00470
14	.19058	.00291
15	.18897	.00161
16	.18800	.00097

Iterations stopped because
S-stress improvement is less than .001000

Stress and squared correlation (RSQ) in distances

RSQ values are the proportion of variance of the scaled data (disparities)
in the partition (row, matrix, or entire data) which
is accounted for by their corresponding distances.
Stress values are Kruskal's stress formula 1.

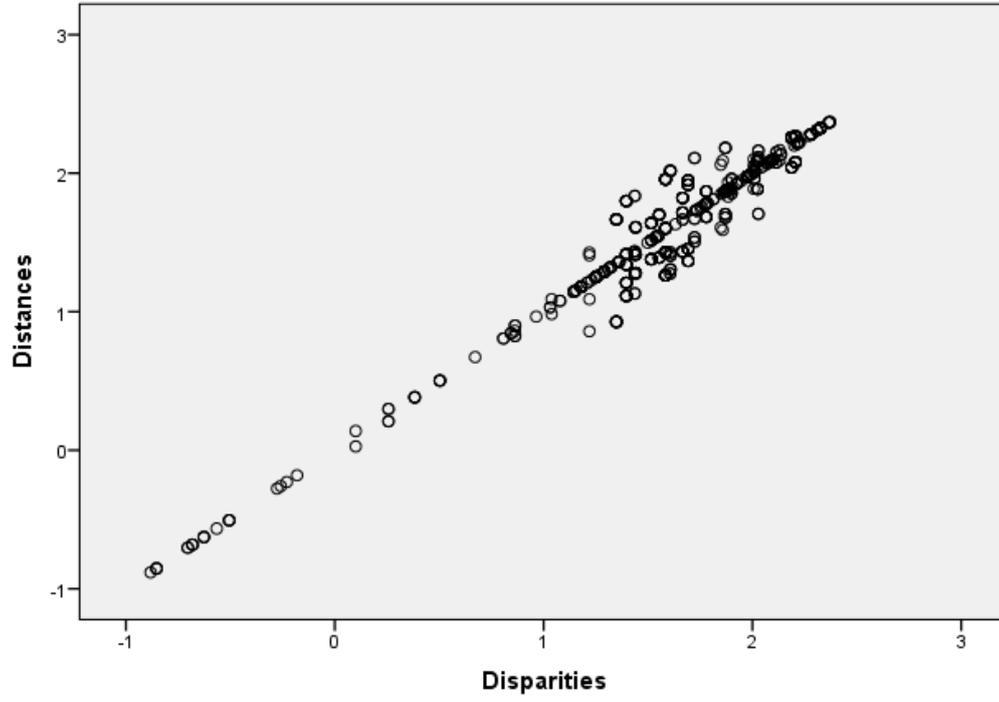
Averaged (rms) over matrices
Stress = .10187 RSQ = .71802

Configuration derived in 2 dimensions
Stimulus Coordinates Dimension

Stimulus Number	Stimulus Name	1	2
1	Kawasaki	-1.0281	.8868
2	Honda	1.0754	1.0993
3	Yamaha	-.9685	-.8650
4	Suzuki	.9211	-1.1211

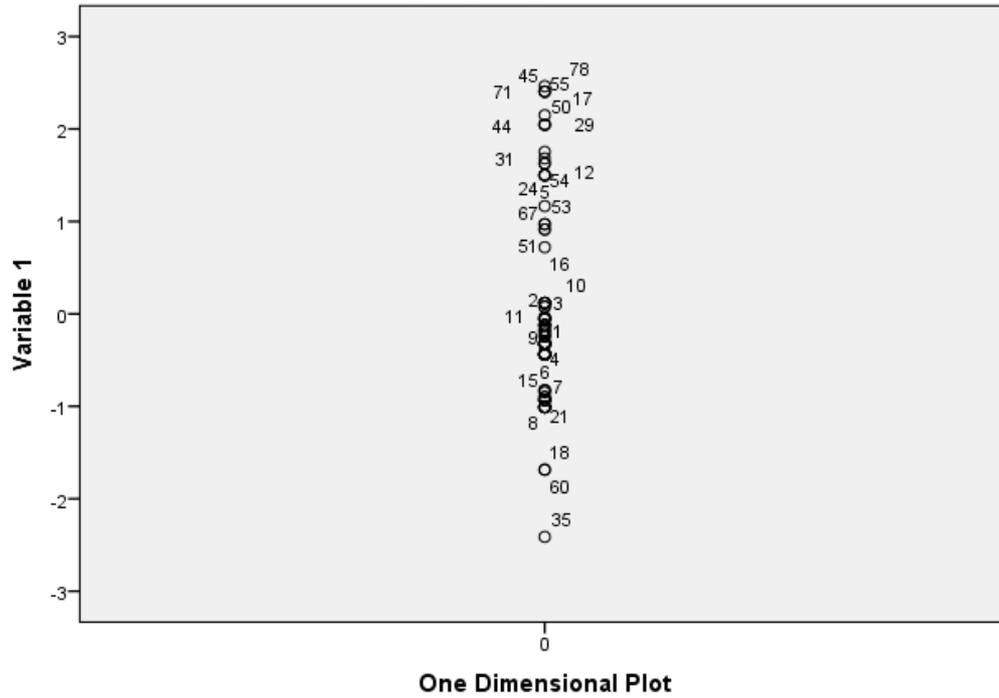
Scatterplot of Linear Fit

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



Flattened Subject Weights

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



4. Hasil Output Atribut Pilihan Warna

Iteration history for the 2 dimensional solution (in squared distances)

Young's S-stress formula 1 is used.

Iteration	S-stress	Improvement
0	.20778	
1	.17914	
2	.15183	.02731
3	.13894	.01288
4	.13917	-.00023

Stress and squared correlation (RSQ) in distances

RSQ values are the proportion of variance of the scaled data (disparities) in the partition (row, matrix, or entire data) which is accounted for by their corresponding distances.

Stress values are Kruskal's stress formula 1.

Averaged (rms) over matrices
Stress = .07686 RSQ = .84622

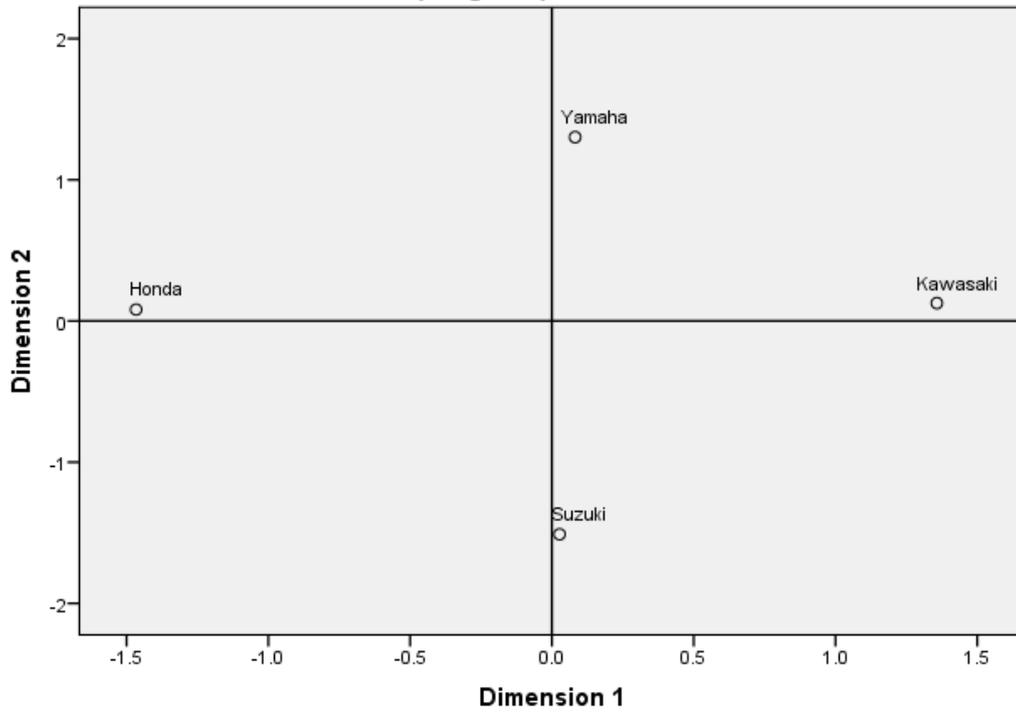
Configuration derived in 2 dimensions

Stimulus Coordinates Dimension

Stimulus Number	Stimulus Name	1	2
1	Kawasaki	1.3574	.1268
2	Honda	-1.4663	.0812
3	Yamaha	.0818	1.3023
4	Suzuki	.0270	-1.5104

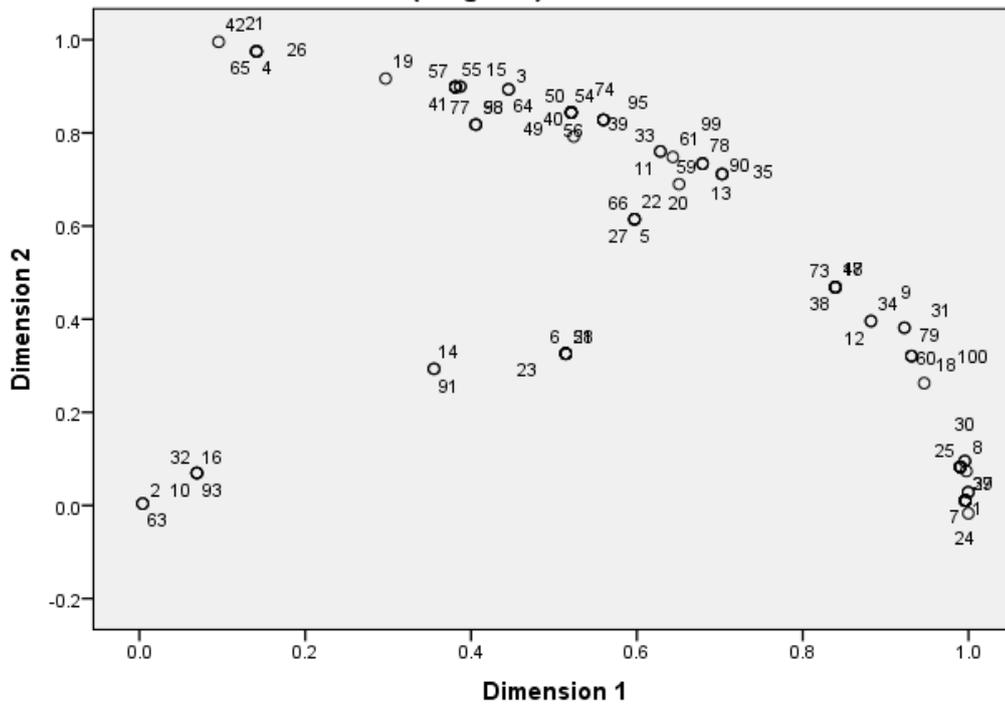
Derived Stimulus Configuration

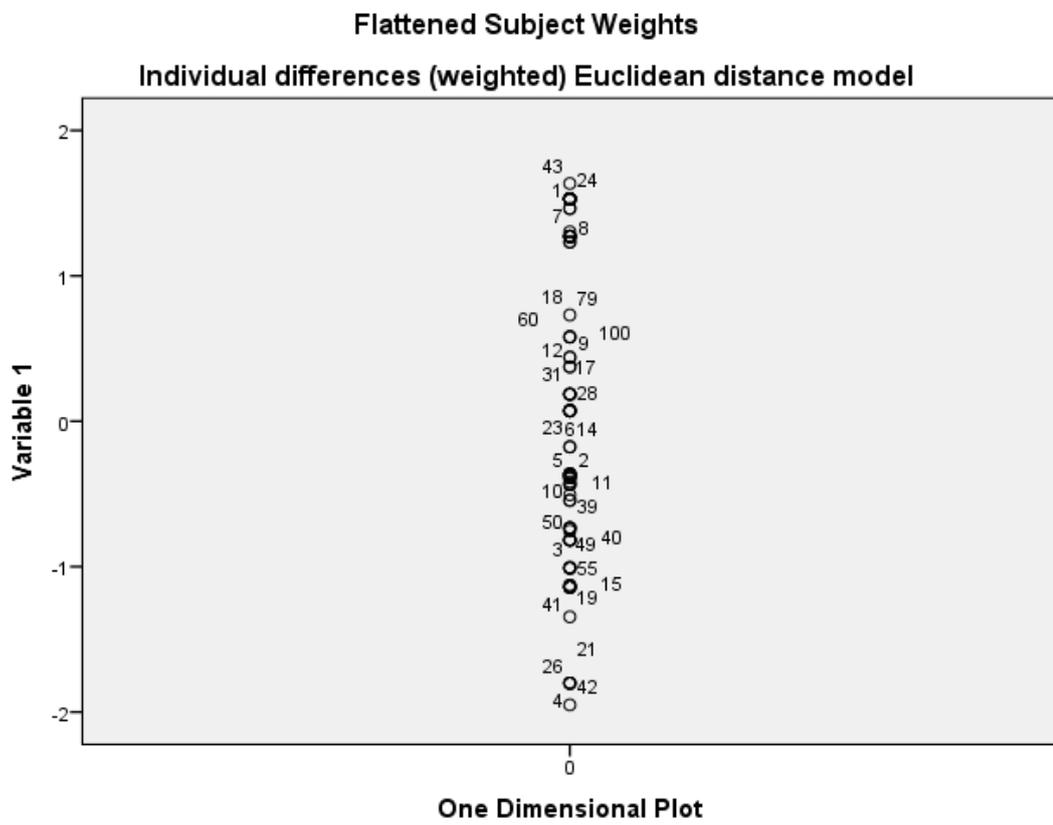
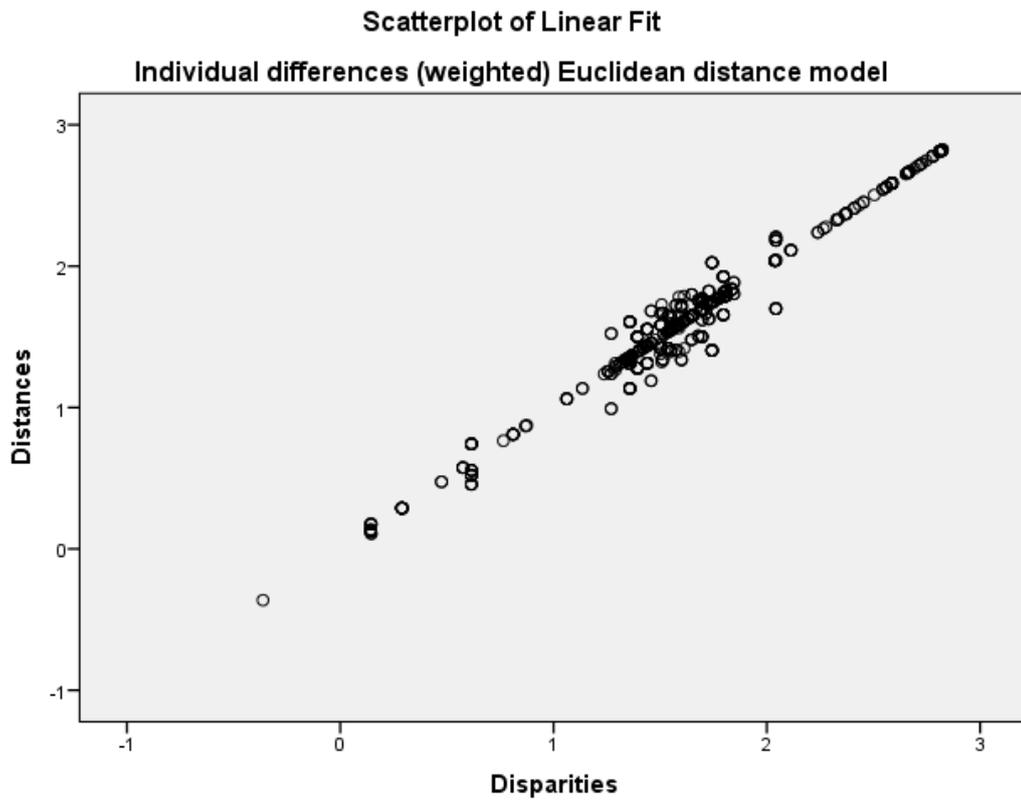
Individual differences (weighted) Euclidean distance model



Derived Subject Weights

Individual differences (weighted) Euclidean distance model





5. Hasil Output Atribut Desain Body

Iteration history for the 2 dimensional solution (in squared distances)

Young's S-stress formula 1 is used.

Iteration	S-stress	Improvement
-----------	----------	-------------

0	.22203	
1	.19505	
2	.17109	.02396
3	.15627	.01482
4	.14891	.00737
5	.14494	.00397
6	.14278	.00216
7	.14155	.00123
8	.14088	.00068

Iterations stopped because
S-stress improvement is less than .001000

Stress and squared correlation (RSQ) in distances

RSQ values are the proportion of variance of the scaled data (disparities)
in the partition (row, matrix, or entire data) which
is accounted for by their corresponding distances.

Stress values are Kruskal's stress formula 1.

Averaged (rms) over matrices
Stress = .07367 RSQ = .82806

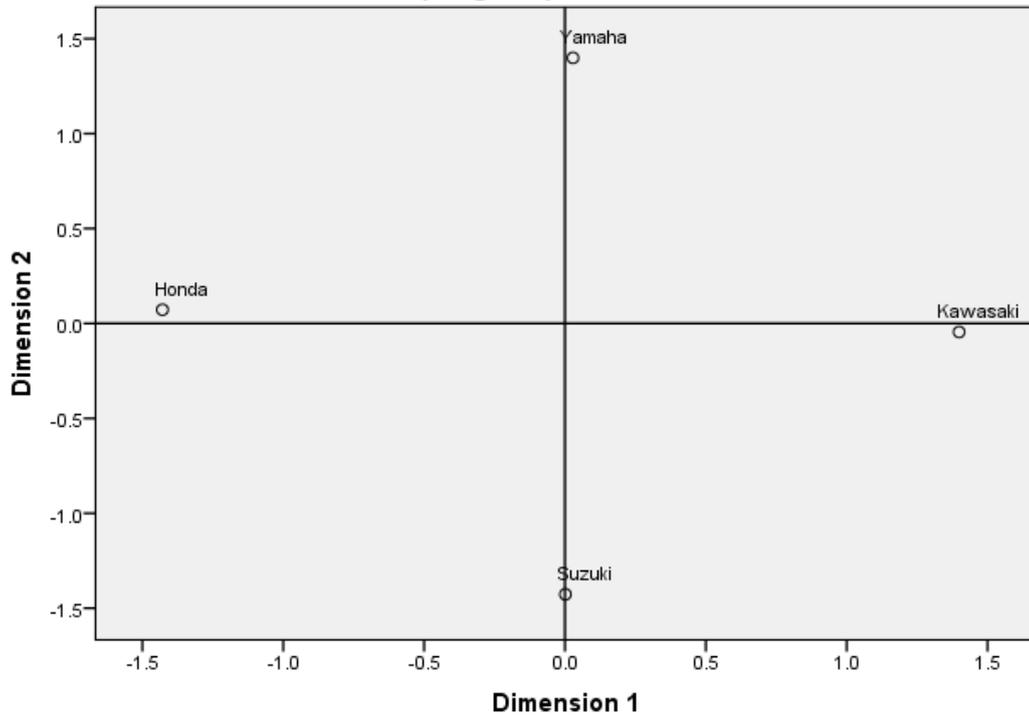
Configuration derived in 2 dimensions

Stimulus Coordinates Dimension

Stimulus Number	Stimulus Name	1	2
1	Kawasaki	1.3992	-.0449
2	Honda	-1.4288	.0725
3	Yamaha	.0284	1.3990
4	Suzuki	.0012	-1.4267

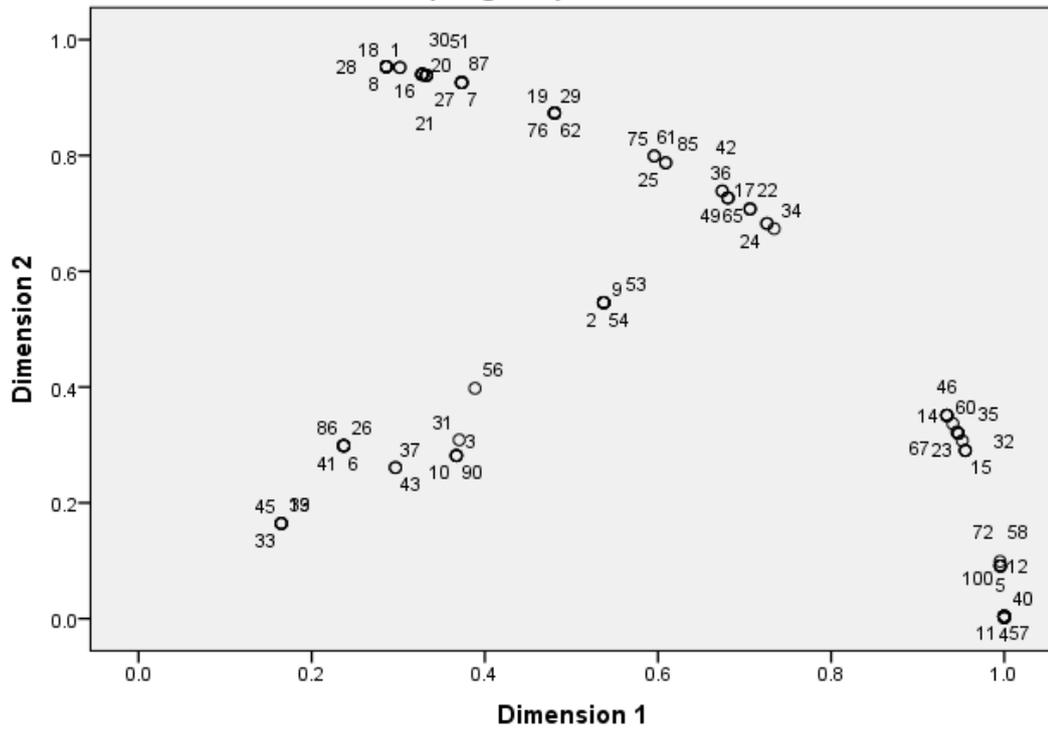
Derived Stimulus Configuration

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



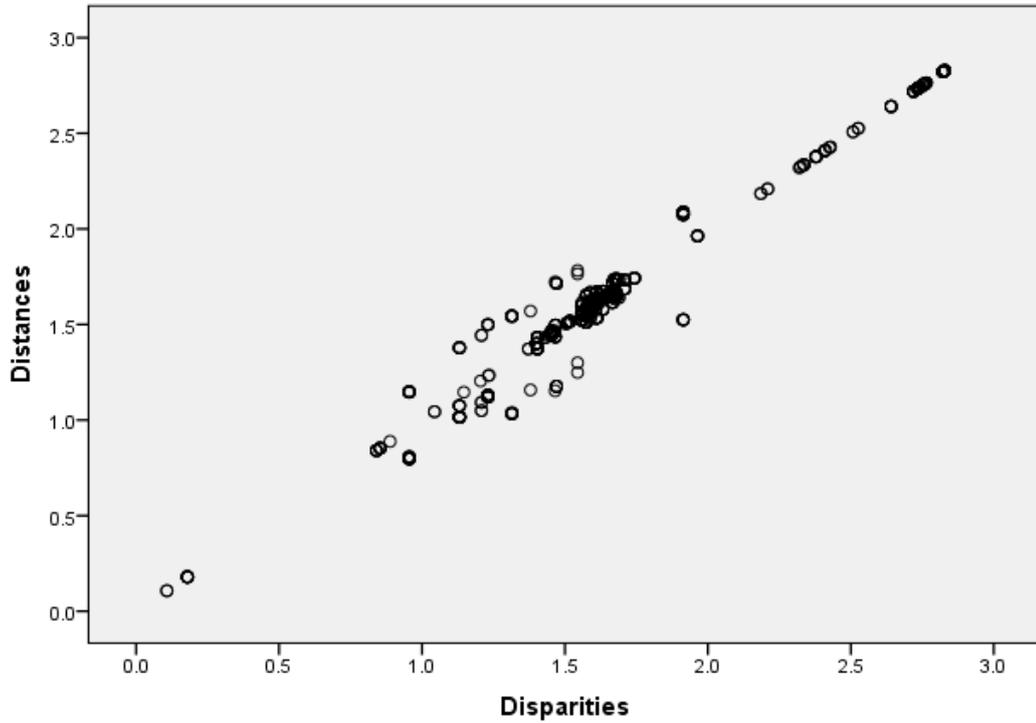
Derived Subject Weights

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



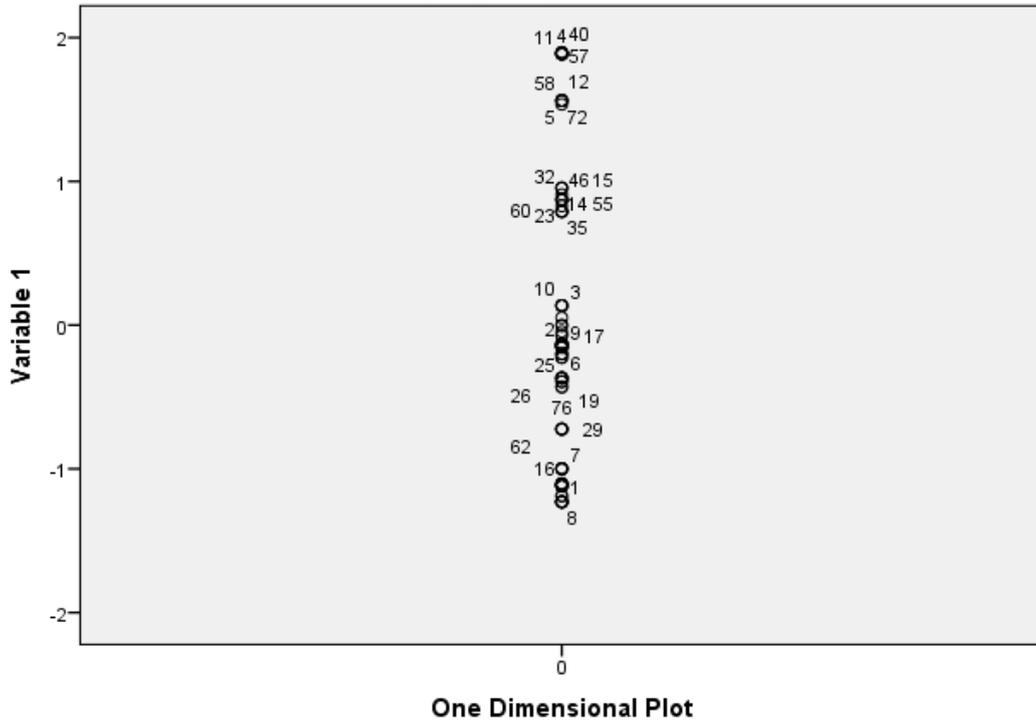
Scatterplot of Linear Fit

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



Flattened Subject Weights

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



6. Hasil Output Atribut Ketersediaan Sparepart

Iteration history for the 2 dimensional solution (in squared distances)

Young's S-stress formula 1 is used.

Iteration	S-stress	Improvement
0	.23606	
1	.20912	
2	.19331	.01581
3	.18570	.00761
4	.17198	.01372
5	.17789	-.00590

Stress and squared correlation (RSQ) in distances

RSQ values are the proportion of variance of the scaled data (disparities) in the partition (row, matrix, or entire data) which is accounted for by their corresponding distances.

Stress values are Kruskal's stress formula 1.

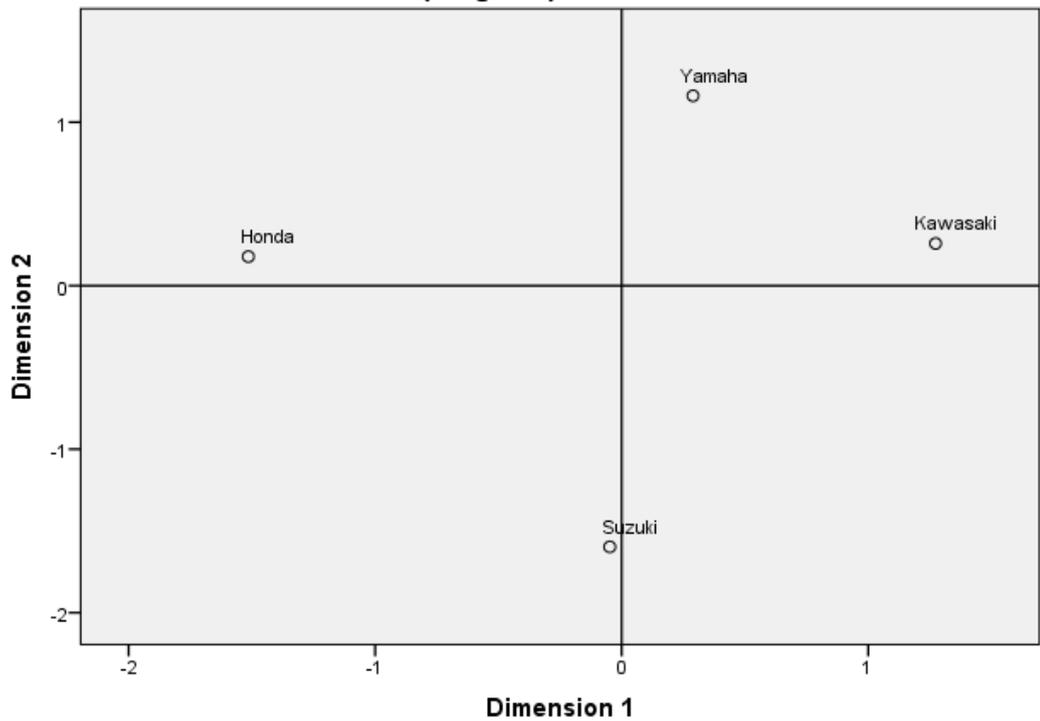
Averaged (rms) over matrices
Stress = .10996 RSQ = .80028

Configuration derived in 2 dimensions

Stimulus Number	Stimulus Name	1	2
1	Kawasaki	1.2732	.2583
2	Honda	-1.5142	.1778
3	Yamaha	.2893	1.1615
4	Suzuki	-.0483	-1.5977

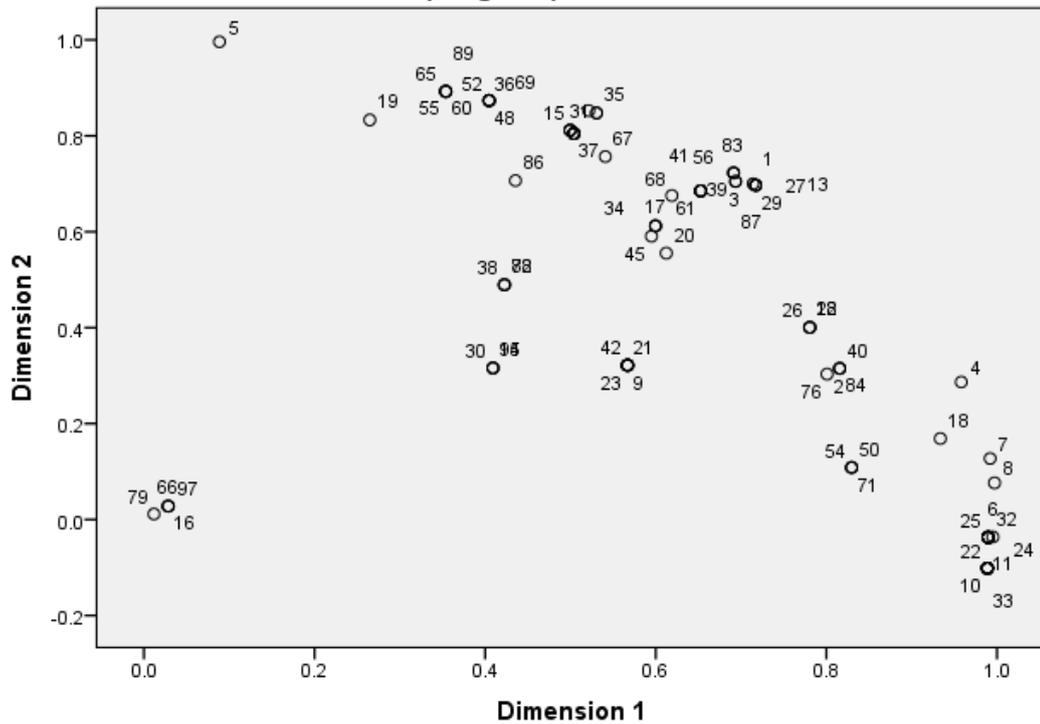
Derived Stimulus Configuration

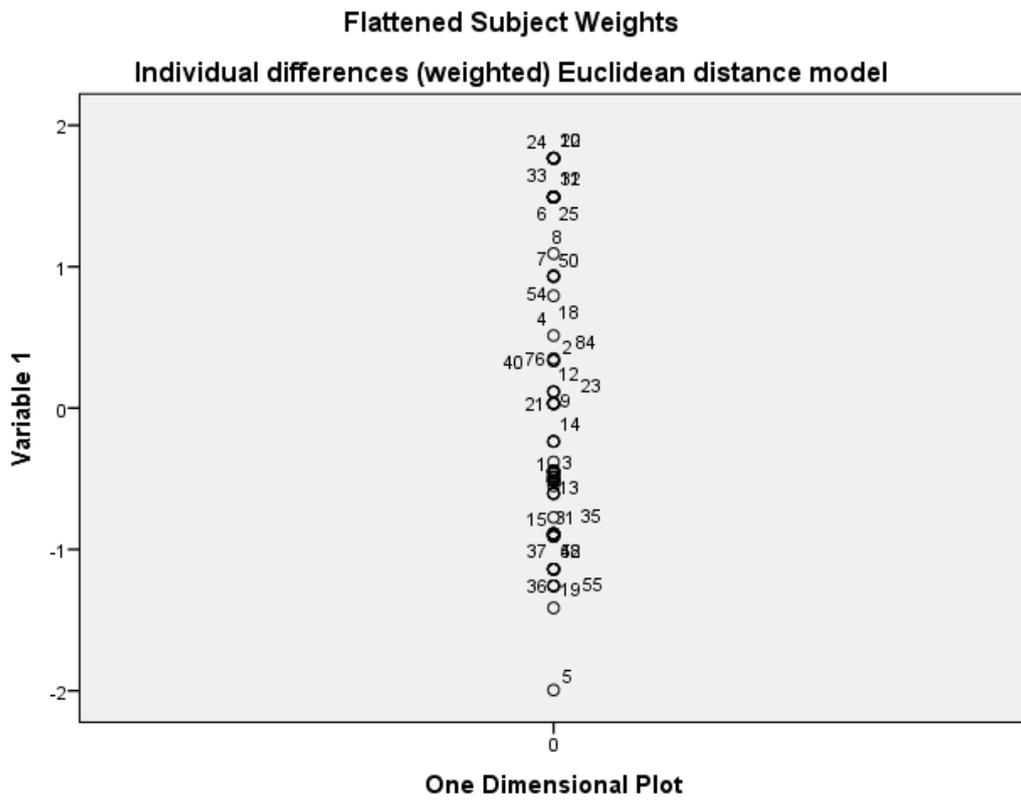
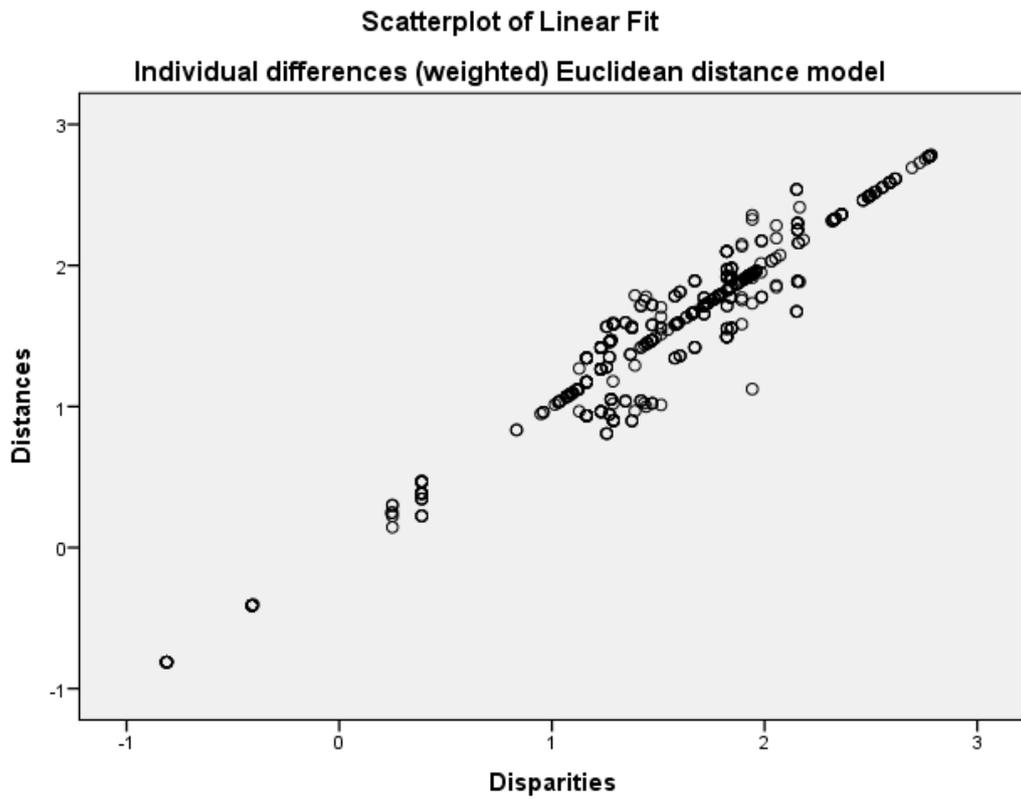
Individual differences (weighted) Euclidean distance model



Derived Subject Weights

Individual differences (weighted) Euclidean distance model





7. Hasil Output Atribut Tingkat Keiritan

Iteration history for the 2 dimensional solution (in squared distances)

Young's S-stress formula 1 is used.

Iteration	S-stress	Improvement
0	.23124	
1	.23235	
2	.22038	.01198
3	.21160	.00878
4	.20406	.00754
5	.19803	.00603
6	.19425	.00378
7	.19154	.00270
8	.18881	.00274
9	.16601	.02280
10	.16565	.00035

Iterations stopped because
S-stress improvement is less than .001000

Stress and squared correlation (RSQ) in distances
RSQ values are the proportion of variance of the scaled data (disparities)
in the partition (row, matrix, or entire data) which
is accounted for by their corresponding distances.
Stress values are Kruskal's stress formula 1.

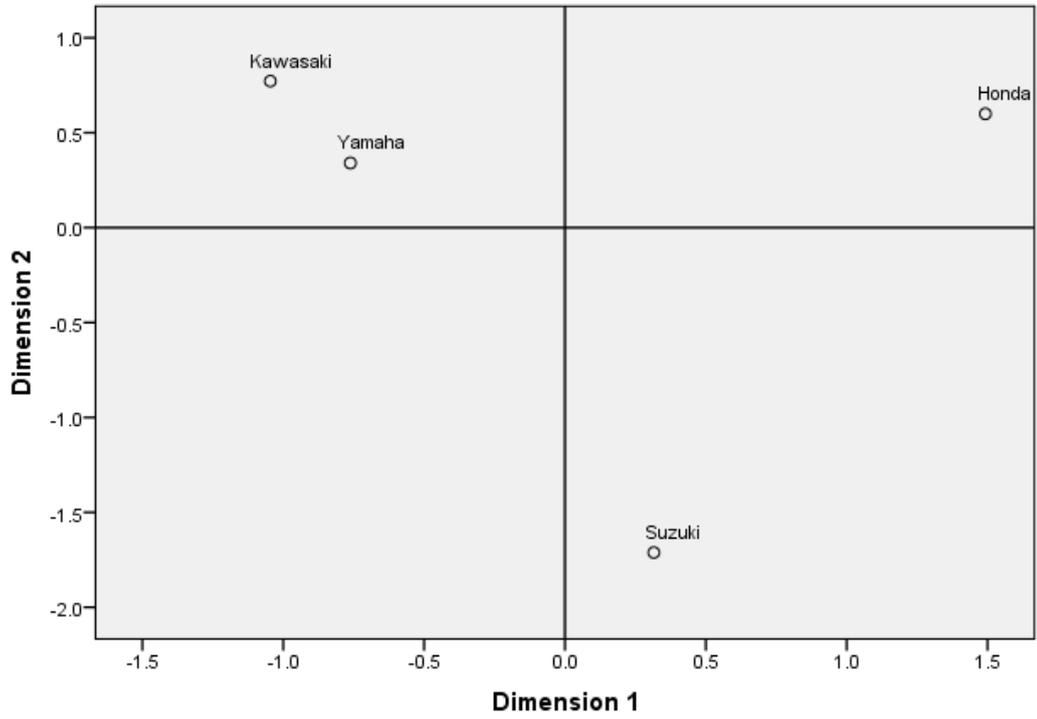
Averaged (rms) over matrices
Stress = .14454 RSQ = .83443

Configuration derived in 2 dimensions
Stimulus Coordinates Dimension

Stimulus Number	Stimulus Name	1	2
1	Kawasaki	-1.0458	.7717
2	Honda	1.4922	.5996
3	Yamaha	-.7617	.3402
4	Suzuki	.3154	-1.7115

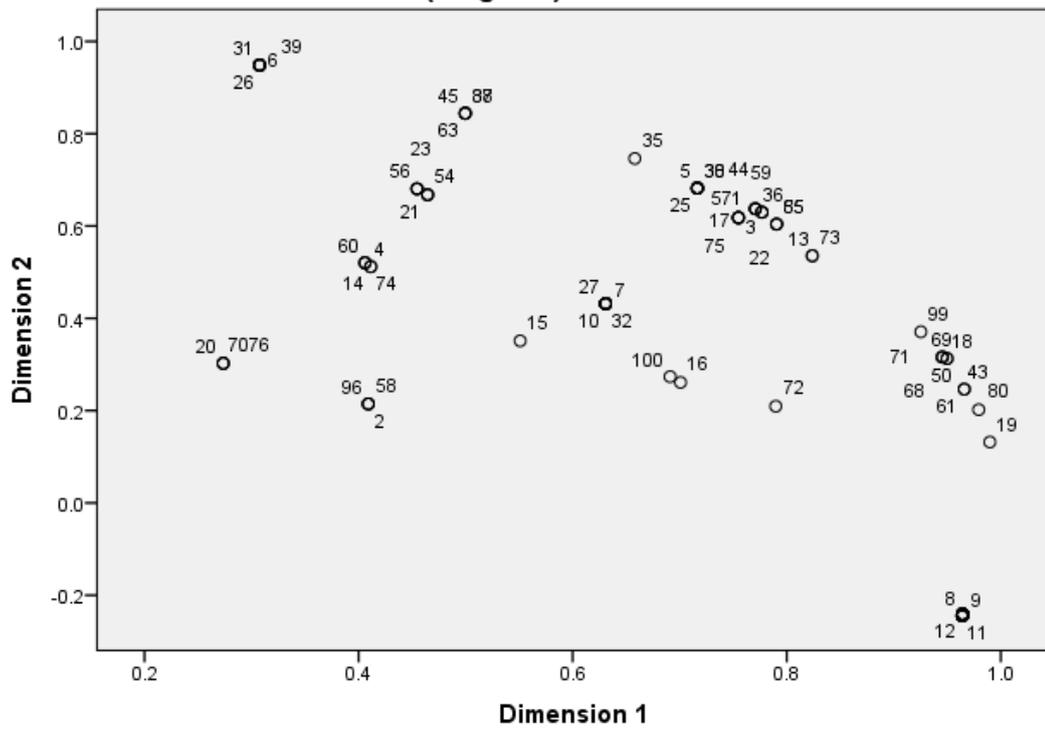
Derived Stimulus Configuration

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



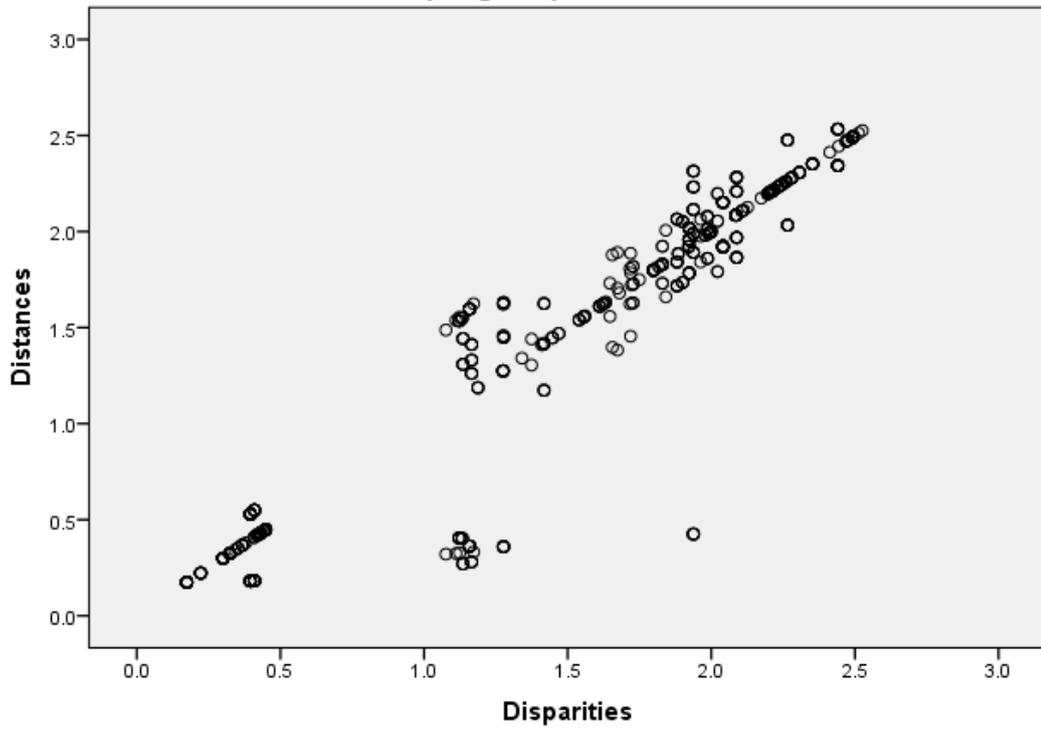
Derived Subject Weights

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



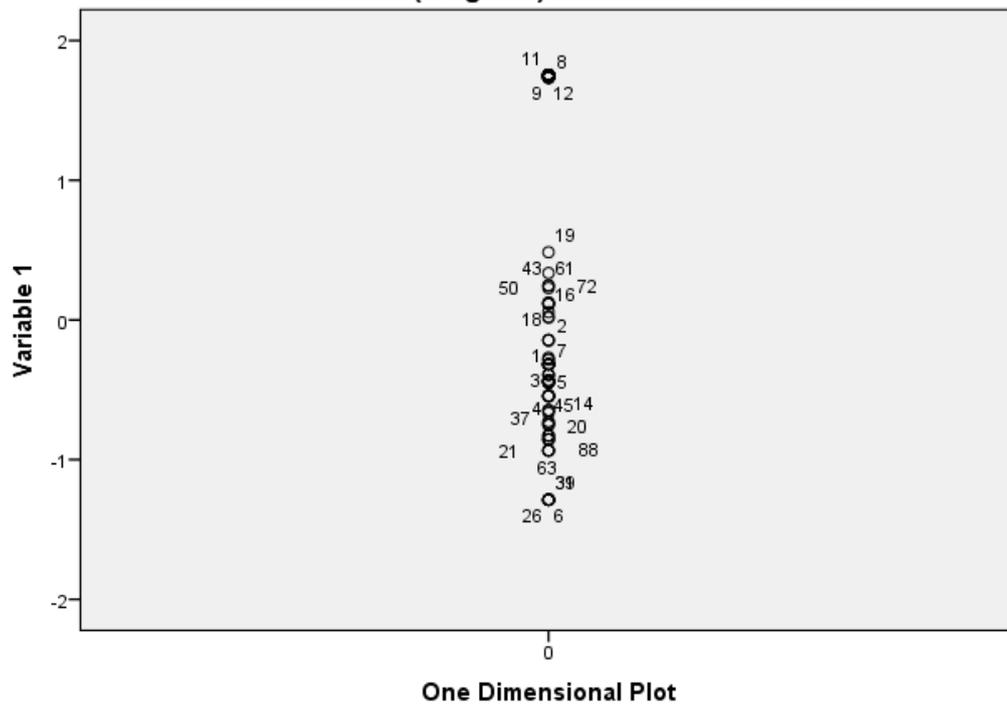
Scatterplot of Linear Fit

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



Flattened Subject Weights

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



Kuisisioner Penelitian
Peta *Positioning* Sepeda Motor Sport di Bandar Lampung

Yang terhormat,
Bapak/Ibu/Saudara/Saudari,

Dalam rangka penelitian mengenai persepsi konsumen terhadap produk Smartphone cina yang dijadikan sebagai penyusunan skripsi dengan judul “Peta Positioning Sepeda Motor Sport di Bandar Lampung” kami mohon para responden untuk menjawab beberapa pertanyaan di bawah ini sesuai dengan pendapat anda. Kesungguhan anda dalam memberikan jawaban sesuai dengan pendapat anda yang sebenarnya akan sangat membantu kami.

Terima kasih sebelumnya atas kesediaan anda menjawab beberapa pertanyaan yang kami ajukan.

Peneliti

I Wayan Suteja M.

KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Gender : Pria Wanita
2. Umur : 18- 28 tahun 29 – 39 tahun
 40 – 50 tahun > 50 tahun
3. Pekerjaan : PNS Wirausaha Pegawai Swasta
 Mahasiswa TNI / Polri
4. Pendidikan Terakhir : SD/SMP SMU D1/ D3
 S1 S2/S3

PERTANYAAN KUISIONER

Seberapa pentingkah atribut berikut didalam membeli dan menggunakan Sepeda Motor Sport Merk Kawasaki, Honda, Yamaha, Suzuki. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pilihan Anda dengan cara memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia. Penilaian dapat Anda lakukan berdasarkan skala berikut:

Jawaban Sangat Mirip (SM) : 5

Jawaban Mirip (M) : 4

Netral (N) : 3

Jawaban Tidak Mirip (TM) : 2

Jawaban Sangat Tidak Mirip (STM) : 1

A. Harga

Kemiripan tentang harga beli yang dimiliki oleh sepeda motor sport.

Merek Motor Sport	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
Kawasaki	0			
Honda		0		
Yamaha			0	
Suzuki				0

B. Mesin

Kemiripan tentang mesin yang dimiliki oleh sepeda motor sport, yang terlihat dari kecepatan, sistem kelistrikan, sistem pengereman dan lain-lain.

Merek Motor Sport	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
Kawasaki	0			
Honda		0		
Yamaha			0	
Suzuki				0

C. Durability

Kemiripan tentang daya tahan atau umur operasional yang dimiliki oleh sepeda motor sport yaitu 3-5 tahun, yang biasanya umur operasional dapat dilihat dari garansi yang ditawarkan saat membeli sepeda motor sport tersebut.

Merek Motor Sport	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
Kawasaki	0			
Honda		0		
Yamaha			0	
Suzuki				0

D. Pilihan Warna

Kemiripan tentang pilihan warna yang dimiliki oleh sepeda motor sport disaat konsumen ingin membeli sepeda motor sport.

Merek Motor Sport	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
Kawasaki	0			
Honda		0		
Yamaha			0	
Suzuki				0

E. Desain Body

Kemiripan tentang desain body yang dimiliki oleh sepeda motor sport, yang biasanya berbeda-beda untuk tiap merek sepeda motor sport.

Merek Motor Sport	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
Kawasaki	0			
Honda		0		
Yamaha			0	
Suzuki				0

F. Ketersediaan Sparepart

Kemiripan tentang ketersediaan sparepart yang dimiliki oleh sepeda motor sport saat sepeda motor sport tersebut membutuhkan penggantian sparepart.

Merek Motor Sport	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
Kawasaki	0			
Honda		0		
Yamaha			0	
Suzuki				0

G. Tingkat Keiritan

Kemiripan tentang irit atau tidaknya konsumsi bahan bakar yang dimiliki oleh sepeda motor sport saat digunakan.

Merek Motor Sport	Kawasaki	Honda	Yamaha	Suzuki
Kawasaki	0			
Honda		0		
Yamaha			0	
Suzuki				0