

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Data

Deskriptif data adalah merupakan gambaran data yang akan digunakan untuk proses selanjutnya atau untuk menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk memenuhi beberapa asumsi yang telah ditentukan dengan deskripsi data ini, penulis mencoba untuk menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain nama, jenis kelamin, usia, pekerjaan dan rata-rata pendapatan konsumen. Dari sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini yang berjumlah 100 responden atau konsumen di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning, selanjutnya data yang telah diperoleh peneliti melakukan pengujian dengan menggunakan bantuan *Statistical Program and Service Solution* seri 21.0. Hasil pengolahan data yang telah diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dari pengolahan 100 data kuesioner yang telah diuji diperoleh hasil dari uji frekuensi untuk mengetahui kondisi karakteristik responden berdasarkan nama, jenis kelamin, usia, pekerjaan dan rata-rata pendapatan konsumen adalah sebagai berikut:

##### 1. Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

##### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase(%)
1.	Laki-laki	71	71,0
2.	Perempuan	29	29,0
Total		100	100,0

Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin Laki-Laki dengan frekuensi sebanyak 71 konsumen, dan karakteristik responden berjenis kelamin Perempuan sebanyak 29 konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan jenis kelamin konsumen di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan jenis kelamin laki-laki. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 3.

## 2. Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	17 – 20	5	5,0
2.	21 – 30	37	37,0
3.	31 – 40	42	42,0
4.	41 – 50	15	15,0
5.	51 – 55	1	1,0
Total		100	100,0

Sumber: Hasil data di atas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan usia 17 – 20 tahun dengan frekuensi sebanyak 5 responden (5,0%), pada usia 21 – 30 tahun dengan frekuensi sebanyak 37 responden (37,0%), pada usia 31 – 40 tahun dengan frekuensi sebanyak 42 responden (42,0%), pada usia 41 – 50 tahun dengan frekuensi sebanyak 15 responden (15,0%), pada usia 51 – 55 tahun dengan frekuensi sebanyak 15 responden (15,0%). Dengan demikian dapat disimpulkan dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan usia konsumen di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi

oleh responden dengan usia 31 – 40 tahun sebanyak 42 responden (42,0%). Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 3.

### 3. Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Pegawai Negeri	6	6,0
2.	Pegawai Swasta	29	29,0
3.	Wiraswasta	17	17,0
4.	Petani/Nelayan	28	28,0
5.	Mahasiswa/Pelajar	3	3,0
6.	Lainnya	17	17,0
Total		100	100,0

*Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.*

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan Pegawai Negeri dengan frekuensi sebanyak 6 responden (6,0%), pada pekerjaan Pegawai Swasta dengan frekuensi sebanyak 29 responden (29,0%), pada pekerjaan Wiraswasta dengan frekuensi sebanyak 17 responden (17,0%), pada pekerjaan Petani/Nelayan dengan frekuensi sebanyak 28 responden (28,0%), pada pekerjaan Mahasiswa/Pelajar dengan frekuensi sebanyak 3 responden (3,0%), dan pada pekerjaan lainnya dengan frekuensi sebanyak 17 responden (17,0%). Dengan demikian dapat kesimpulan dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan pekerjaan konsumen di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan pekerjaan Pegawai Swasta sebanyak 29 responden (29,0%). Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 3.

#### 4. Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan

Tabel 4.4

##### Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan

NO	Rata-Rata Pendapatan (Bulan)	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	1 Juta – 2 Juta	47	22,0
2	2 Juta – 3 Juta	22	22,0
3	3 Juta – 4 Juta	22	7,0
4	4 Juta – 5 Juta	7	2,0
5	> 5 Juta	2	47,0
Total		100	100,0

Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan Rata-Rata Pendapatan konsumen yaitu; Rata-Rata Pendapatan 1 Juta – 2 Juta memiliki frekuensi sebanyak 47 responden (47,0%), Rata-Rata Pendapatan 2 Juta – 3 Juta memiliki frekuensi sebanyak 22 responden (22,0%), Rata-Rata Pendapatan 3 Juta – 4 Juta memiliki frekuensi sebanyak 22 responden (22,0%), Rata-Rata Pendapatan 4 Juta – 5 Juta memiliki frekuensi sebanyak 7 responden (7,0%), dan Rata-Rata Pendapatan > 5 Juta memiliki frekuensi sebanyak 2 responden (2,0%). Dengan demikian dapat kesimpulan dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan Rata-Rata Pendapatan konsumen di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan Rata-Rata Pendapatan 1 Juta – 2 Juta sebanyak 47 responden (47,0%). Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 3.

#### 4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban deskripsi variabel independen yaitu Produk ( $X_1$ ) dan Bauran Promosi ( $X_2$ ). Dan variabel dependen yaitu Loyalitas Merek (Y) Motor Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning, hasil pengolahan data

yang dilakukan dengan uji frekuensi jawaban kuesioner responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel Produk (X<sub>1</sub>)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Banyak pilihan warna yang tersedia di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning disetiap produk motor merek Honda.	35	35,0	57	57,0	8	8,0	0	0,0	0	0,0
2	Desain-Desain disetiap jenis produk motor merek Honda sangat klasik dan unik sesuai dengan semua kalangan konsumen.	31	31,0	61	62,2	5	5,0	1	1,0	0	0,0
3	Proses distribusi produk yang dilakukan di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning terhadap konsumen yang melakukan pembelian sangat cepat dan baik	43	43,0	44	44,0	12	12,0	1	1,0	0	0,0
4	Tampilan desain dan warna produk motor merek Honda sangat inovatif, sehingga dapat menarik perhatian konsumen.	42	42,0	55	55,0	2	2,0	1	1,0	0	0,0
5	Nama merek atau label yang dicantumkan disetiap produk merek Honda selalu diingat oleh konsumen.	35	35,0	58	58,0	6	6,0	1	1,0	0	0,0
6	Konsumen selalu menginginkan simbol atau logo produk merek Honda, karena logonya menjadi identitas pembeda dengan produk pesaing.	33	33,0	62	62,0	5	5,0	0	0,0	0	0,0

7	Dealer Motor Honda Bukit Kemuning memberikan hadiah berupa Helm, Jaket, dan alat-alat standar kepada konsumen yang melakukan pembelian.	42	42,0	46	46,0	11	11,0	1	1,0	0	0,0
8	Produk pelengkap seperti suku cadang motor merek Honda yang konsumen butuh kan selalu tersedia di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning.	43	43,0	54	54,0	2	2,0	1	1,0	0	0,0
9	Dealer Motor Honda Bukit Kemuning memberikan jaminan beberapa kali service dan ganti oli gratis kepada konsumen yang melakukan pembelian.	37	37,0	57	57,0	6	6,0	0	0,0	0	0,0
10	Dealer Motor Honda Bukit Kemuning memberikan asuransi dan ganti rugi kepada konsumen yang melakukan pembelian.	38	38,0	52	52,0	9	9,0	1	1,0	0	0,0

*Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.*

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dari hasil jawaban data kuesioner responden pada variabel Produk ( $X_1$ ) dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak direspon oleh konsumen di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pernyataan No.8 yaitu "Produk pelengkap seperti suku cadang motor merek Honda yang konsumen butuh kan selalu tersedia di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning", yaitu yang menyatakan Sangat Setuju memiliki frekuensi sebanyak 43 responden (43,0%), yang menyatakan Setuju memiliki frekuensi sebanyak 54 responden (54,0%), yang menyatakan Kurang Setuju memiliki frekuensi sebanyak 2 responden (2,0%), dan yang menyatakan Tidak Setuju memiliki frekuensi sebanyak 1 responden (1,0%). Data tersebut didapatkan dari hasil pengolahan data uji frekuensi keseluruhan jawaban responden yang mengisi kuesioner tentang variabel Produk ( $X_1$ ) yang

berjumlah 100 orang konsumen dengan total persentase sebesar 100,0%.

Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 4.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel Bauran Promosi (X<sub>2</sub>)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Konsumen memperhatikan secara detail isi dan pesan iklan produk motor merek Honda muncul ditelvisi.	30	30,0	55	55,0	11	11,0	4	4,0	0	0,0
2	Promosi yang dilakukan di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning dapat menyampaikan pesan dengan jelas sehingga dapat dimengerti dan diingat oleh konsumen.	38	38,0	59	59,0	3	3,0	0	0,0	0	0,0
3	Dealer Motor Honda Bukit Kemuning selalu memberikan discount disetiap pembelian produk merek Honda.	44	44,0	50	50,0	4	4,0	2	2,0	0	0,0
4	Dealer Motor Honda Bukit Kemuning melakukan demo undian berhadiah dan memberikan insentif kepada konsumen.	34	34,0	59	59,0	5	5,0	2	2,0	0	0,0
5	Dealer Motor Honda Bukit Kemuning memiliki sales yang ramah dan berpengalaman sehingga konsumen mendapatkan informasi yang jelas tentang produk motor merek honda.	36	36,0	52	52,0	10	10,0	2	2,0	0	0,0
6	Sales person yang dimiliki Dealer Motor Honda Bukit Kemuning selalu mempersentasikan secara detail kepada konsumen tentang keunggulan produk motor merek Honda.	36	36,0	53	53,0	9	9,0	2	2,0	0	0,0
7	Publisitas dan Hubungan masyarakat yang dilakukan oleh Dealer Motor Honda Bukit Kemuning sangat baik seperti, memberikan pelatihan ke sekolah	34	34,0	55	55,0	10	10,0	1	1,0	0	0,0

	sekolah kejuruan tentang pengenalan mesin motor Honda.										
8	Acara yang dilakukan oleh Dealer Motor Honda Bukit Kemuning seperti event-event membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.	28	28,0	60	60,0	10	10,0	2	2,0	0	0,0
9	Dealer Motor Honda Bukit Kemuning memberikan pelayanan informasi langsung melalui sms, broadcast dan telepon kepada konsumen.	28	28,0	57	57,0	14	14,0	1	1,0	0	0,0
10	Dealer Motor Honda Bukit Kemuning memberikan respon langsung terhadap konsumen melalui telepon, e-mail, ataupun media sosial internet lainnya.	34	34,0	60	60,0	4	4,0	2	2,0	0	0,0

*Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.*

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dari hasil jawaban data kuesioner responden pada variabel Promosi( $X_2$ ) dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak direspon oleh konsumen di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pernyataan No.3 yaitu “ Dealer Motor Honda Bukit Kemuning selalu memberikan discount disetiap pembelian produk merek Honda”, yaitu yang menyatakan Sangat Setuju memiliki frekuensi sebanyak 44 responden (44,0%), yang menyatakan Setuju memiliki frekuensi sebanyak 50 responden (50,0%), yang menyatakan Kurang Setuju memiliki frekuensi sebanyak 4 responden (4,0%), dan yang menyatakan Tidak Setuju memiliki frekuensi sebanyak 2 responden (2,0%). Data tersebut didapatkan dari hasil pengolahan data uji frekuensi keseluruhan jawaban responden yang mengisi kuesioner tentang variabel Produk ( $X_2$ ) yang berjumlah 100 orang konsumen dengan total persentase sebesar 100,0%. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 4.



**Tabel 4.7**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel Loyalitas Merek (Y)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Konsumen selalu setia menggunakan kendaraan motor merek Honda.	39	39,0	51	51,0	9	9,0	1	1,0	0	0,0
2	Kesetian Konsumen kepada motor merek Honda karna jenis-jenis produk nya banyak pilihan.	35	35,0	59	59,0	5	5,0	1	1,0	0	0,0
3	Konsumen menyukai jenis-jenis merek motor Honda. Karena desainnya yang menarik.	52	52,0	40	40,0	8	8,0	0	0,0	0	0,0
4	Dealer Motor Honda Bukit Kemuning memberikan pelayanan yang baik disetiap Konsumen melakukan service motor merek Honda.	45	45,0	47	47,0	7	7,0	1	1,0	0	0,0
5	Konsumen puas dengan produk merek Honda karena tahan lama mudah mendapatkan suku cadangnya.	36	36,0	55	55,0	9	9,0	0	0,0	0	0,0
6	Pelayanan yang diberikan Dealer Motor Honda Bukit Kemuning memberikan kepuasan saat berkunjung.	32	32,0	56	56,0	10	10,0	2	2,0	0	0,0
7	Dealer Motor Honda Bukit Kemuning mengeluarkan produk dan promosi membuat Konsumen ingin melakukan pembelian ulang.	35	35,0	49	49,0	15	15,0	1	1,0	0	0,0
8	Bila Konsumen akan membeli kendaraan bermotor Konsumen akan membeli motor dengan jenis merek Honda kembali.	29	29,0	55	55,0	13	13,0	3	3,0	0	0,0
9	Konsumen selalu membandingkan produk sejenis bila Konsumen ingin melakukan pembelian.	42	42,0	35	35,0	18	18,0	5	5,0	0	0,0
10	Produk motor merek Honda tidak kalah kualitasnya dengan produk-produk pesaing.	27	27,0	46	46,0	19	19,0	8	8,0	0	0,0

*Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.*

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dari hasil jawaban data kuesioner responden pada variabel Loyalitas Merek (Y) dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak direspon oleh konsumen di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pernyataan No.3 yaitu “Konsumen menyukai jenis-jenis merek motor Honda. Karena desainnya yang menarik”, yaitu yang menyatakan Sangat Setuju memiliki frekuensi sebanyak 52 responden (52,0%), yang menyatakan Setuju memiliki frekuensi sebanyak 40 responden (40,0%), yang menyatakan Kurang Setuju memiliki frekuensi sebanyak 8 responden (8,0%). Data tersebut didapatkan dari hasil pengolahan data uji frekuensi keseluruhan jawaban responden yang mengisi kuesioner tentang variabel Produk ( $X_1$ ) yang berjumlah 100 orang konsumen dengan total persentase sebesar 100,0%. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 4.

## **4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen**

### **4.2.1 Hasil Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu alat ukur yang digunakan, dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu keadaan yang diukur oleh peneliti tersebut. Dalam melakukan uji validitas peneliti menggunakan 30 responden karena meminimalkan kevaliditasan suatu alat ukur yang digunakan layak atau tidaknya untuk di sebar kepada sampel yang telah ditentukan. Peneliti melakukan pengujian validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan *Statistical Program and Service Solutions* seri 21.0. Berdasarkan hasil pengolahan data 30 responden pada variabel independen yaitu Produk ( $X_1$ ) dan Bauran Promosi ( $X_2$ ). Dan variabel dependen yaitu Loyalitas Merek (Y) Motor Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning, diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Produk(X<sub>1</sub>)**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r table</b>	<b>Kondisi</b>	<b>Kesimpulan</b>
Pernyataan 1	0,632	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 2	0,569	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 3	0,620	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 4	0,726	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 5	0,529	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 6	0,597	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 7	0,625	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 8	0,716	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 9	0,773	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 10	0,589	0,361	r hitung>r table	Valid

*Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.*

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dari hasil uji validitas yang dilakukan untuk variabel Produk (X<sub>1</sub>) dengan menampilkan 10 item pernyataan kuesioner yang bersangkutan dengan faktor produk motor merek Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning. Dari pengujian yang dilakukan peneliti diperoleh hasil dari keseluruhan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  (0.361), dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,773 dan yang paling rendah 0,529. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dari 10 item pernyataan pada kuesioner untuk variabel Produk (X<sub>1</sub>) dinyatakan valid. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 5.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Promosi (X<sub>2</sub>)**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r table</b>	<b>Kondisi</b>	<b>Kesimpulan</b>
Pernyataan 1	0,717	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 2	0,757	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 3	0,554	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 4	0,864	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 5	0,833	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 6	0,530	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 7	0,503	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 8	0,624	0,361	r hitung>r table	Valid

Pernyataan 9	0,489	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 10	0,439	0,361	r hitung>r table	Valid

Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dari hasil uji validitas yang dilakukan untuk variabel Bauran Promosi ( $X_2$ ) dengan menampilkan 10 item pernyataan kuesioner yang bersangkutan dengan faktor Promosi yang dilakukan di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning. Dari pengujian yang dilakukan peneliti diperoleh hasil dari keseluruhan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  (0.361), dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,864 dan yang paling rendah 0,439. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dari 10 item pernyataan pada kuesioner untuk variable Bauran Promosi ( $X_2$ ) dinyatakan valid. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 5.

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek (Y)**

Item Pernyataan	r hitung	r table	Kondisi	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,701	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 2	0,810	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 3	0,798	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 4	0,648	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 5	0,541	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 6	0,454	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 7	0,834	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 8	0,776	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 9	0,398	0,361	r hitung>r table	Valid
Pernyataan 10	0,768	0,361	r hitung>r table	Valid

Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dari hasil uji validitas yang dilakukan untuk variabel Loyalitas Merek (Y) dengan menampilkan 10 item pernyataan kuesioner yang bersangkutan dengan faktor loyalitas merek pada motor merek di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning. Dari pengujian yang dilakukan peneliti diperoleh hasil dari keseluruhan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar

dari nilai  $r_{\text{tabel}}$  (0.361), dimana nilai  $r_{\text{hitung}}$  paling tinggi yaitu 0,834 dan yang paling rendah 0,398. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dari 10 item pernyataan pada kuesioner untuk variable Loyalitas Merek (Y) dinyatakan valid. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 5.

#### 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrument dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data selanjutnya, karena instrument tersebut sudah baik maka pengujian reliabilitas digunakan rumus *alpha cronbach* nilai interpretasi nilai rdengan mengkonsultasikan nilai alpha 0,6. Dari variabel independen yaitu Produk ( $X_1$ ) dan Bauran Promosi ( $X_2$ ). Dan variabel dependen yaitu Loyalitas Merek (Y) motor Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning, dan peneliti melakukan pengujian reliabilitas dengan menggunakan bantuan *Statistical Program and Service Solutions* seri 21.0. Berdasarkan hasil pengelolaan data dari pengumpulan data kuesioner yang diseberkan kepada 30 responden diperoleh nilai koefisien seperti pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Kondisi	Keterangan
Produk ( $X_1$ )	0.836	Alpha > 0,6	Sangat Tinggi
Bauran Promosi ( $X_2$ )	0,826	Alpha > 0,6	Sangat Tinggi
Loyalitas Merek (Y)	0.862	Alpha > 0,6	Sangat Tinggi

*Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.*

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dari hasil uji reliabilitas didapatkan pada masing-masing variabel bahwa keseluruhan dari item pernyataan kuesioner dalam penelitian ini berstatus reliabel karena nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0,6$ . Dengan nilai *Cronbach's Alpha* yaitu untuk variabel Produk ( $X_1$ ) sebesar 0,836, variabel Bauran Promosi ( $X_2$ ) sebesar 0,826, dan variabel Loyalitas

Merek (Y) sebesar 0,862. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari seluruh instrument pada kuesioner untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat realibilitas karena memiliki nilai yang sangat tinggi. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 6.

### 4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

#### 4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas adalah digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini penelitian menggunakan bantuan *Statistical Program and Service Solution* seri 21.0. Berdasarkan hasil pengelolaan data uji normalitas sampel diperoleh hasil seperti pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Kesimpulan
Produk (X <sub>1</sub> )	0,376	0,05	Sig>Alpha	Normal
Bauran Promosi (X <sub>2</sub> )	0,607	0,05	Sig>Alpha	Normal
Loyalitas Merek (Y)	0,147	0,05	Sig>Alpha	Normal

*Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.*

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dari hasil uji normalitas menunjukkan bahwa hasil dari nilai pada *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, yaitu nilai untuk variabel Produk (X<sub>1</sub>) dengan tingkat signifikan diperoleh nilai sebesar 0,376 > 0,05 (Alpha), nilai untuk variable Bauran Promosi (X<sub>2</sub>) dengan tingkat signifikan sebesar 0,607 > 0,05 (Alpha), dan nilai untuk variabel Loyalitas Merek (Y) dengan tingkat signifikan sebesar 0,147 > 0,05 (Alpha). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan data yang diperoleh pada 100 data kuesioner dari sampel yang digunakan dalam penelitian ini berasal

dari populasi berdistribusi normal. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 7.

#### 4.3.2 Hasil Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah digunakan untuk mengetahui apakah suatu data atau sampel yang diambil sudah berasal dari varian yang homogen atau tidak. Untuk menguji homogenitas dalam penelitian ini penelitian menggunakan bantuan *Statistical Program and Service Solutions* seri 21.0. Berdasarkan hasil pengelolaan data uji homogenitas sampel diperoleh hasil seperti pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.13**

#### **Hasil Uji Homogenitas Sampel**

<b>Variabel</b>	<b>Sig</b>	<b>Alpha</b>	<b>Kondisi</b>	<b>Kesimpulan</b>
Produk ( $X_1$ )	0,330	0,05	Sig>Alpha	Homogen
Bauran Promosi ( $X_2$ )	0,156	0,05	Sig>Alpha	Homogen

*Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.*

Berdasarkan tabel 4.13 diatas hasil dari uji homogenitas yang dilakukan diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Produk ( $X_1$ ) sebesar  $0,330 > 0,05$  (Alpha), dan variabel Bauran Promosi ( $X_2$ ) diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,156 > 0,05$  (Alpha). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh pada 100 data kuesioner dari sampel dalam penelitian ini berasal dari populasi bervariasi homogen. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 7.

#### 4.3.3 Hasil Uji Linieritas

Uji linearitas adalah untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Untuk menguji linearitas dalam penelitian ini penelitian menggunakan bantuan *Statistical Program and Service Solutions* seri 21.0. Berdasarkan hasil pengelolaan data uji linearitas sampel diperoleh hasil seperti pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Linieritas**

Variabel	Sig. Deviation from Liniarity	Alpha	Kondisi	Kesimpulan
Produk ( $X_1$ )	0,831	0,05	Sig>Alpha	Linier
Bauran Promosi ( $X_2$ )	0,621	0,05	Sig>Alpha	Linier

*Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.*

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dari hasil uji linieritas bahwa perhitungan ANOVA didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linearity* untuk variabel Produk ( $X_1$ ) diperoleh nilai Sig sebesar  $0,831 > 0,05$  (Alpha), dan variabel Bauran Promosi ( $X_2$ ) diperoleh nilai Sig sebesar  $0,621 > 0,05$  (Alpha). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari data yang diperoleh pada 100 data kuesioner dari sampel dalam penelitian ini bahwa semua variabel independen menyatakan model regresi berbentuk linier terhadap variabel dependen. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 7.

#### 4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 4.4.1 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah dilakukan dengan membandingkan antara koefisien determinasi simultan dengan koefisien determinasi antar variabel. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan VIF (*Variance Inflation Faktor*). Untuk menguji multikolinieritas dalam penelitian ini penelitian menggunakan bantuan *Statistical Program and Service Solutions* seri 21.0. Berdasarkan dari pengelolaan data diperoleh hasil seperti pada tabel dibawah ini:



**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Collinearity Statistics		Kondisi	Kesimpulan
	Tolerance	VIF		
Produk ( $X_1$ )	0,987	1,013	$VIF \leq 10$	Multikolinieritas
Bauran Promosi ( $X_2$ )	0,987	1,013	$VIF \leq 10$	Multikolinieritas

Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dari hasil perhitungan pada uji Coefficient diperoleh nilai VIF pada variabel Produk ( $X_1$ ) sebesar  $1,013 < 10$  atau nilai collinierrity tolerance  $0,987 > 0,1$ , dan variabel Bauran Promosi ( $X_2$ ) nilai VIF sebesar  $1,013 < 10$  atau nilai collinierrity tolerance  $0,987 > 0,1$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari yang diperoleh pada 100 data kuesioner dari sampel dalam penelitian ini bahwa keseluruhan data variabel Independen yang diperoleh tidak ada gejala multikolinieritas terhadap variabel dependen. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 8.

#### 4.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini penelitian menggunakan bantuan *Statistical Program and Service Solutions* seri 21.0. Berdasarkan dari pengelolaan data diperoleh hasil seperti pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig.	Alpha	Kondisi	Kesimpulan
Produk ( $X_1$ )	0,638	0,05	$Sig > Alpha$	Ho diterima dan Ha ditolak.
Bauran Promosi ( $X_2$ )	0,191	0,05	$Sig > Alpha$	Ho diterima dan Ha ditolak.

Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dari hasil pengujian *Coefficients* hasil uji heteroskedastisitas didapat nilai signifikan faktor variabel Produk ( $X_1$ ) sebesar  $0,638 > 0,05$  (Alpha), maka  $H_0$  diterima. Dan nilai signifikan faktor Bauran Promosi ( $X_2$ ) sebesar  $0,191 > 0,05$  (Alpha), maka  $H_0$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari data yang diperoleh pada 100 data kuesioner dari sampel dalam penelitian ini bahwa keseluruhan data variabel Independen yang diperoleh tidak terdapat adanya gejala heteroskedastisitas terhadap variabel dependen. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 8.

#### 4.4.3 Hasil Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi diantara data pengamatan atau tidak. Untuk menguji autokorelasi dalam penelitian ini penelitian menggunakan bantuan *Statistical Program and Service Solutions* seri 21.0. Berdasarkan dari pengelolaan data diperoleh hasil seperti pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.17**

#### **Hasil Uji Autokorelasi**

<b>Durbin-Watson</b>	<b>Kondisi</b>	<b>Kesimpulan</b>
1,490	$d > d_l$	$H_0$ diterima dan $H_a$ ditolak

*Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.*

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dari hasil nilai statistik *Durbin Watson* adalah 1,490, nilai tersebut dapat dinyatakan mendekati angka dua, dengan demikian  $H_0$  dapat diterima dan menolak  $H_a$ . Maka dapat disimpulkan bahwa dari data yang diperoleh pada 100 data kuesioner dari sampel dalam penelitian ini tidak terjadi gejala autokorelasi diantara data pengamatan. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 8.

## 4.5 Hasil Uji Analisis Data

### 4.5.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dengan dua atau lebih variabel independen digunakan untuk menguji pengaruh dan meramalkan suatu variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh antara variabel Produk ( $X_1$ ) dan bauran Promosi ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Merek (Y) motor Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning. Dari pengolahan data yang dilakukan menggunakan program *Statistical Program and Service Solution* seri 21.0. Dalam penelitian ini persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + et$$

Keterangan:

Y	= Loyalitas Merek
a	= Konstanta
b. 1,2	= Koefisien Regresi
$X_1$	= Produk
$X_2$	= bauran Promosi
et	= Error trem/unsur kesalahan

**Tabel 4.18**

#### Koefisien Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	10,720	3,747
Produk ( $X_1$ )	,515	,069
Promosi ( $X_2$ )	,220	,062

Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dari hasil yang didapatkan nilai *Coefficients* adalah untuk melihat persamaan regresi linier berganda. Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = 10,720 + 0,515(X_1) + 0,220(X_2)$$

- a. Berdasarkan dari nilai konstanta sebesar 10,720 menyatakan bahwa jika tidak ada Produk ( $X_1$ ) dan bauran Promosi ( $X_2$ ) masih ada Loyalitas Merek (Y) konsumen pada motor merek di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning sebesar 10,72%.
- b. Berdasarkan dari nilai Koefisien regresi untuk variable Produk ( $X_1$ ) sebesar 0,515 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan produk motor merek Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning, akan mempengaruhi konsumen terhadap loyalitas merek sebesar 51,5%.
- c. Berdasarkan dari nilai Koefisien regresi untuk variable bauran Promosi ( $X_2$ ) sebesar 0,220 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan Promosi motor merek Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning, akan mempengaruhi konsumen terhadap loyalitas merek sebesar 22,0%. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 9.

#### 4.4.2 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti. Dalam penelitian ini untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel Produk ( $X_1$ ) dan bauran Promosi ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Merek (Y) motor Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning. Dari pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program *Statistical Program and Service Solutions* seri 21.0. Dari pengolahan data yang dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.19**  
**Koefisien Korelasi**

<b>R</b>	<b>R Squeare</b>
0,660 <sup>a</sup>	0,435

*Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.*

Berdasarkan tabel 4.19 diatas diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,660 menunjukkan bahwa tingkat keeratan antara variable independen terhadap variabel dependen sangat tinggi. Sedangkan nilai koefisien determinan  $R^2$  (R square) sebesar 0,435 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Produk ( $X_1$ ) dan bauran Promosi ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Merek (Y) motor Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning, sebesar 43,5% sedang sisanya 56,5% dipengaruhi oleh variable - variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 9.

#### **4.6 Hasil Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis adalah uji yang dilakukan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini berkaitan dengan terdapat tidaknya pengaruh signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

##### **4.6.1 Hasil Uji t (Secara Parsial)**

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji t, dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dengan tingkat kepercayaan 95% dan  $\alpha=0,05$ .

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji t**

Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Kondisi	Kesimpulan
Produk ( $X_1$ )	7,439	1,986	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Ho ditolak dan Ha diterima
Promosi ( $X_2$ )	3,532	1,986	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Ho ditolak dan Ha diterima

*Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.*

**Hipotesis I :Produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Loyalitas Merek(Y) motor Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning.**

Berdasarkan tabel 4.20 diatas dari hasil hipotesis dengan menggunakan uji t diperoleh nilai untuk variabel Produk ( $X_1$ )  $t_{hitung}$  sebesar 7,439 sedangkan  $t_{table}$  dengan  $\alpha=0,05$  dan  $df\ n-2$  ( $100-2=98$ ) adalah 1,984. Jadi nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $7,439 > 1,984$ ). Maka  $H_0$  yang diajukan ditolak dan  $H_a$  diterima. Kesimpulan bahwa Produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Loyalitas Merek(Y) konsumen motor Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 9.

**Hipotesis II : Bauran Promosi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Loyalitas Merek (Y) motor Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning.**

Berdasarkan tabel 4.20 diatas dari hasil hipotesis dengan menggunakan uji t diperoleh nilai untuk variabel Promosi ( $X_1$ )  $t_{hitung}$  sebesar 3,532 sedangkan  $t_{table}$  dengan  $\alpha=0,05$  dan  $df\ n-2$  ( $100-2=98$ ) adalah 1,984. Jadi nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $3,532 > 1,984$ ). Maka  $H_0$  yang diajukan ditolak dan  $H_a$  diterima. Kesimpulan bahwa Promosi ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Loyalitas Merek(Y) konsumen motor Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 9.

#### 4.6.2 Hasil Uji Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependendengan membandingkan  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  dengan tingkat kepercayaan 95% dan  $\alpha=0,05$ .

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji F**

$F_{hitung}$	$F_{tabel}$	Kondisi	Kesimpulan
37,387	3,09	$F_{hitung} > F_{tabel}$	Ho ditolak dan Ha diterima.

*Sumber: Hasil data diatas diolah tahun 2017 dengan SPSS\_21.*

**Hipotesis III : Produk ( $X_1$ ) dan Bauran Promosi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Loyalitas Merek(Y) motor Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning.**

Berdasarkan dari tabel 4.21 diatas hasil uji F diperoleh nilai untuk  $F_{hitung}$  sebesar 37,387 sedangkan  $F_{table}$  dengan  $\alpha=0,05$  dan  $df1=k-1$  ( $3-1=2$ ) dan  $df2$   $n-k$  ( $100-3=97$ ) yaitu sebesar 3,09. Jadi nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  ( $37,387 > 3,09$ ). Maka  $H_0$  yang diajukan ditolak dan  $H_a$  diterima. Kesimpulan bahwa Produk ( $X_1$ ) dan Bauran Promosi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Loyalitas Merek (Y) konsumen motor Honda di Dealer Motor Honda Bukit Kemuning. Hasil data output secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 9.

#### 4.7 Pembahasan

Melihat dari hasil uji F pada tabel Anova diperoleh nilai F hitung  $37,387 > 3,09$  dengan nilai probabilitas (Sig) =  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara Produk dan Bauran Promosi terhadap Loyalitas Merek. Hal ini menyatakan bahwa Produk dan Bauran Promosi Menjadi Pertimbangan terhadap Loyalitas Merek Motor Honda di Bukit Kemuning. Dari hasil penelitian persamaan regresi, variabel yang paling dominan yang mempengaruhi Loyalitas Merek adalah variabel kualitas produk (X1) dengan diperoleh nilai beta 0,515.

Hasil jawaban responden pada pertanyaan variable Produk yang menyatakan setuju ada pada butir 2 yaitu desain-desain disetiap jenis produk merek Honda sangat klasik dan unik sesuai dengan semua kalangan konsumen yang menyatakan setuju lebih dari 60% responden. Dan hasil jawaban responden pada pertanyaan variable produk butir 6 yaitu konsumen selalu menginginkan simbol atau logo produk merek Honda karena logonya menjadi identitas pembeda dengan produk pesaing mendapatkan lebih dari 60% juga. Sehingga variable produk berpengaruh karena desain-desain dan identitas logo dari motor Honda yang sangat disukai oleh pelanggan di Bukit Kemuning yang menyatakan pada indikator kemasan.

Hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju pada variable produk pada pertanyaan butir 3 sebesar 12% yaitu proses distribusi produk yang dilakukan di dealer Honda Bukit Kemuning terhadap konsumen yang melakukan pembelian sangat cepat dan baik. Sehingga dengan demikian distribusi yang ada di dealer Honda Bukit Kemuning mempengaruhi persediaan Produk yang ada di dealer Honda Bukit Kemuning yang merupakan indikator layanan pelengkap. Produk merupakan salah satu variabel penting dalam Loyalitas Merek, dimana Loyalitas Merek merupakan satu ukuran dari kesetiaan konsumen terhadap suatu Produk. Loyalitas Merek merupakan inti dari ekuitas merek yang menjadi gagasan



sentral dalam pemasaran, karena hal ini merupakan suatu ukuran keterkaitan seorang pelanggan pada sebuah merek Freddy Rangkuti (2009:60).

Hasil jawaban responden pada pertanyaan variable Bauran Promosi yang menyatakan setuju ada pada butir 8 dan 10 sebesar 60% yaitu Acara yang dilakukan oleh Dealer Motor Honda Bukit Kemuning seperti event-event membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian dan Dealer Motor Honda Bukit Kemuning memberikan respon langsung terhadap konsumen melalui telepon, e-mail, ataupun media sosial internet lainnya. Sehingga variable Bauran Promosi berpengaruh karena promosi yang dilakukan oleh dealer Honda Bukit kemuning seperti event-event dan promosi melalui internet dan media sosial dapat di terima dengan baik dan konsumen Honda Bukit Kemuning tertarik untuk melakukan pembelian dalam hal ini yang merupakan indikator advertising (periklanan).

Hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju terdapat pada pertanyaan butir 9 sebesar 14% yaitu dimana dealer Motor Honda Bukit Kemuning memberikan pelayanan informasi langsung melalui sms, broadcast dan telepon kepada konsumen. Sehingga konsumen kurang mendapatkan informasi pelayanan sms, broadcast dan telepon dari dealer Honda Bukit Kemuning dalam hal ini yang merupakan indikator sales promotion (promosi penjualan). Dengan bauran promosi yang efektif maka akan berpengaruh terhadap loyalitas merek. Hasil ini menurut teori Bauran Promosi adalah mengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain untuk mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang Cannon (2008:69).

Hasil jawaban responden pada pertanyaan variable Loyalitas Merek yang menyatakan setuju ada pada butir 3 sebesar 52% yaitu konsumen menyukai jenis-jenis merek Motor Honda karena desainnya yang menarik.

Sehingga loyalitas merek Honda di Bukit Kemuning berpengaruh karena konsumen menyukai jenis-jenis dan desain-desain dari Motor Honda dalam hal ini merupakan indikator likes the brand (pembeli yang benar-benar menyukai merek).

Hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju terdapat pada pertanyaan butir 10 sebesar 19% yaitu produk motor Honda tidak kalah kualitasnya dengan produk-produk pesaing. Sehingga produk selain Honda pun memiliki kualitas yang tidak kalah baik dari merek Motor Honda di Bukit Kemuning dalam hal ini merupakan indikator habitual buyer (pembeli yang melakukan pembelian karena kebiasaan). Artinya ada pengaruh signifikan antara Produk Dan Bauran Promosi terhadap Loyalitas Merek Motor Honda di Bukit Kemuning. Dari Hasil penelitian persamaan regresi, variabel yang paling dominan yang mempengaruhi terhadap Loyalitas Merek Motor Honda di Bukit Kemuning adalah variabel Produk 7,439 (X1) dengan diperoleh nilai beta 0,515. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak kepercayaan dan perbuatan seseorang debdikbud (200:845).