

LAPORAN PENELITIAN

ANALISA PENGARUH FAKTOR EKSTERNAL SEPEDA MOTOR TERHADAP PERSEPSI NILAI YANG DIMILIKI KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN SEM (Persepsi Nilai Produk yang tidak diukur dengan Nilai Mata Uang secara Riil)

Penelitian Ini Dilaporkan Kepada
Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung

Disusun Oleh:
PETER, S.E., M.T.
520092

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
BANDUNG

**LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN LAPORAN
PENELITIAN**

1. A) Judul Penelitian : Analisa Pengaruh Faktor Eksternal Sepeda Motor Terhadap Persepsi Nilai Yang Dimiliki Konsumen dengan Menggunakan SEM (Persepsi Nilai Produk yang tidak diukur dengan Nilai Mata Uang secara Riil)
- B) Jenis Penelitian : Terapan
2. Peneliti :
- Jumlah Peneliti: 1 Orang
- Nama Peneliti : Peter, S.E., M.T.
- Pangkat/Golongan/NIK: Penata Muda / III B/ 520092
- Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen
- Bidang Studi : Manajemen Keuangan
3. Lokasi Penelitian : Bengkel Resmi Sepeda Motor (HONDA, YAMAHA, SUZUKI) di Kota Bandung
4. Sumber Dana Penelitian : Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
5. Biaya Penelitian : Rp.2.885.000,00
6. Lama Penelitian : 3 (tiga) bulan

Peneliti,

(Peter, S.E., M.T.)

Menyetujui,
Dekan FE UKM

(Dra. Tatik Budiningsih, MS.)

Mengetahui,
Ketua LPPM UKM

(Ir. Heru Susilo, M.Sc.)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi, keaneka ragaman produk dan merk yang ada di masyarakat pada saat ini memiliki variasi yang sangat banyak. Dampaknya, para calon konsumen dalam melakukan pemilihan sepeda motor yang akan dibeli haruslah benar – benar sesuai dengan harapan yang ada di benaknya. Persepsi nilai yang dimiliki oleh konsumen terhadap sebuah produk dipengaruhi banyak faktor, yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan seorang konsumen untuk membeli ataupun tidak jadi membeli.

Adapun faktor – faktor yang perlu diperhatikan oleh konsumen maupun penjual dalam melihat dan mengenal sebuah merk produk sepeda motor adalah indikator eksternal (harga, citra merk, citra negara asal dan citra garansi) , persepsi kualitas, persepsi pengorbanan, persepsi resiko, dan persepsi nilai (tidak diukur dengan nilai mata uang secara riil).

Metode yang digunakan adalah metode penelitian explanatory survey, dengan menggunakan pretest yang berupa peringkat harga, citra merk, citra garansi, dan citra negara asal yang digunakan sebagai treatment untuk kuesioner penelitian. Treatment yang diberikan merupakan kombinasi dari tingkatan harga, tingkatan merk, tingkatan negara asal, dan lama garansi, sehingga ada total 16 kombinasi treatment yang kemudian di check dengan menggunakan manipulation check untuk mengetahui apakah treatment tersebut sesuai atau tidak. Sebelum disebar ke sample besar, kuesioner disebar terlebih

dahulu ke sample kecil yang berjumlah 40 dan di check dengan menggunakan one way anova. Hal ini untuk mengetahui apakah treatment bekerja dengan tepat atau tidak, sehingga didapatkan akan ada pengaruh positif dan negatif dari setiap pengujian terhadap faktor – faktor yang diuji.

Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya hubungan antara indikator eksternal yang dilibatkan antara lain harga, citra merk, citra negara asal dan citra garansi sebuah produk dengan persepsi yang ada di masyarakat. Selain itu hasil penelitian ini dibuat dengan modifikasi SEM, serta untuk mengkonfirmasi hasil temuan dari Agarwal dan Teas serta penelitian Monroe.

Kata kunci : Pretest, Treatment, Manipulation check, One Way Anova

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus yang telah menyertai penulis selama ini sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Semua ini karena kebaikan dan campur tangan Tuhan saja, sehingga penelitian ini dapat selesai. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Tatik Budiningsih, MS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Bandung.
2. Bapak Tedy Wahyusaputra, SE., MM., selaku Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Bandung.
3. Ibu Dr. Marcellia Susan, SE., MT., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Bandung.
4. Ibu A. Rinny Maharsi, SE., MM., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Bandung.
5. Bapak Ir. Heru Susilo, M.Sc., selaku ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Kristen Maranatha, Bandung.
6. Seluruh Staff TU Fakultas dan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Bandung.

7. Seluruh Responden dan Bengkel Resmi yang telah memberikan kesempatan dalam pengumpulan data.

Akhir kata, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak – pihak yang membutuhkan. Terima kasih, Tuhan Memberkati.

Bandung, 29 September 2007

(Peter, S.E., M.T.)
NIK. 520092

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN

ABSTRAK..... i

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR TABEL..... vii

DAFTAR GAMBAR..... viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Perumusan Masalah..... 4

1.3 Tujuan Penelitian..... 4

1.4 Manfaat Penelitian..... 5

BAB II KERANGKA TEORITIS

| | | |
|-----|--|----|
| 2.1 | Komponen – komponen dalam pemasaran..... | 6 |
| 2.2 | Indikator Eksternal..... | 7 |
| 2.3 | Resiko Keuangan dan Resiko Kinerja..... | 11 |

BAB III OBYEK DAN METODE PENELITIAN

| | | |
|-----|---|----|
| 3.1 | Obyek Penelitian..... | 13 |
| 3.2 | Metode Penelitian..... | 13 |
| 3.3 | Alat dan Teknik Penelitian..... | 14 |
| | 3.3.1 Manipulation Check..... | 15 |
| | 3.3.2 Pemilihan Sampel..... | 15 |
| | 3.3.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 16 |
| | 3.3.4 Homogenitas Group..... | 16 |
| 3.4 | Instrument Penelitian dan Skala Pengukuran..... | 17 |
| 3.5 | Desain Penelitian..... | 18 |
| 3.6 | Penyebaran Kuesioner..... | 19 |
| 3.7 | Pengumpulan & Pengolahan Data..... | 19 |
| 3.8 | Uji Validitas & Reliabilitas..... | 19 |
| 3.9 | Estimasi & Pengujian Model Stuktural..... | 19 |
| | 3.9.1 Analisis Hasil Pengolahan Data..... | 22 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | | |
|-----|---|----|
| 4.1 | <i>Treatment dan Manipulation Check</i> | 23 |
| 4.2 | Karakteristik Sampel..... | 25 |

| | | |
|-------|--|----|
| 4.3 | Analisis Data..... | 27 |
| 4.4 | Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 30 |
| 4.5 | Analisis Struktural Equation Modelling..... | 33 |
| 4.5.1 | Asumsi Kecukupan Sampel..... | 33 |
| 4.5.2 | Asumsi Normalitas..... | 34 |
| 4.5.3 | Asumsi Outlier..... | 35 |
| 4.5.4 | Asumsi <i>Goodness Of Fit</i> | 37 |
| 4.6 | Interprestasi Awal dan Modifikasi Hubungan Kausalitas... | 41 |
| 4.7 | Interprestasi Model Struktural Modifikasi..... | 45 |
| 4.7.1 | Pengujian <i>Goodness of Fit</i> Model Struktural Modifikasi | 45 |
| 4.7.2 | Evaluasi Hubungan Kausal Model Struktural Modifikasi | 46 |
| | | |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 56 |
| 5.2 | Saran..... | 56 |
| | | |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 58 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 4.1 Hasil Pretest Harga, Merek, Garansi dan Negara Asal..... | 23 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 26 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 26 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 26 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Sepeda Motor..... | 26 |
| Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Motor..... | 29 |
| Tabel 4.7 Uji Homjogenitas Treatment Harga..... | 29 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.8 Uji Homjogenitas Treatment Citra Merek..... | 29 |
| Tabel 4.9 Uji Homjogenitas Treatment Citra Negara Asal..... | 29 |
| Tabel 4.10 Uji Homjogenitas Treatment Citra Garansi..... | 29 |
| Tabel 4.11 Hasil Faktor Analisis 1..... | 31 |
| Tabel 4.12 Hasil Analisis Reliability..... | 32 |
| Tabel 4.13 Assessment of Normality..... | 34 |
| Tabel 4.14 Multivariate Outlier..... | 36 |
| Tabel 4.15 Hasil Goodness of Fit Model Struktural..... | 37 |
| Tabel 4.16 Regression Weight Model Pengukuran..... | 39 |
| Tabel 4.17 Regression Weight Model Struktur Awal..... | 41 |
| Tabel 4.18 Indeks Modifikasi Model Struktural..... | 43 |
| Tabel 4.19 Goodness of Fit Model Struktural Modifikasi..... | 46 |
| Tabel 4.20 Hasil Pengujian Struktural Modifikasi..... | 47 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 3.1 Model Penelitian..... | 17 |
| Gambar 3.2 Desain Matrik Penelitian..... | 18 |
| Gambar 4.1 Model Struktural Modifikasi..... | 44 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tingkat persaingan yang ketat antar perusahaan menyebabkan perusahaan harus benar-benar memikirkan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan. Untuk

mendapatkan profit yang maksimal, perusahaan tidak bisa hanya berfokus pada bagaimana meningkatkan profit penjualan tanpa harus memikirkan masalah yang timbul dilingkungan internalnya saja. Untuk mampu menciptakan *profit* yang optimal, yang paling baik dilakukan adalah memulai dengan menciptakan *customer value* yang pada gilirannya nanti akan mampu menarik pelanggan dan mampu mendatangkan profit bagi perusahaan.

Untuk bisa bersaing dengan sukses dalam lingkungan persaingan bisnis yang ketat, pemasar harus menekankan pada nilai (*value*) penawaran mereka. Nilai yang melekat pada produk yang dipersepsikan konsumen disebut dengan persepsi nilai. Untuk meningkatkan persepsi nilai, perusahaan dapat memilih pada salah satu hal yang meliputi harga, kualitas atau keseimbangan antara kualitas dan harga.

Harga merupakan ukuran terhadap biaya pengorbanan pembeli (Dodds, Monroe, dan Grewal 1991). Meskipun demikian, bukti penelitian Dodds, Monroe dan Grewal mengindikasikan bahwa peran harga lebih kompleks daripada sekedar menjadi indikator biaya pengorbanan pembeli. Penelitian ini melakukan penilaian terhadap harga akan dibandingkan dengan persepsi konsumen terhadap kualitas produk, alternatif produk pesaing dan nilai moneter yang dikorbankan. Penelitian Dodds, Monroe dan Grewal menjelaskan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi nilai seorang konsumen dimana persepsi nilai ini akan mampu mempengaruhi keinginan membeli seseorang.

Monroe (1991) menjadikan harga sebagai indikator berapa besar pengorbanan yang diperlukan untuk membeli suatu produk dapat dijadikan sebagai indikator tingkat kualitas suatu produk. Semakin tinggi harga orang akan mempersepsikan kualitas semakin tinggi

sehingga konsekuensinya akan meningkatkan persepsi nilai seseorang. Dalam *expanded price effect model* terdapat variabel sikap ekonomis (*attitude toward economising*) yang turut serta mempengaruhi perilaku pembelian konsumen (Maxwell 2001), dimana faktor tersebut meliputi bagaimana sikap konsumen terhadap nilai-nilai untuk berhemat dalam membelanjakan uang, seberapa tinggi sikap berhemat mereka. Faktor sikap hemat akan mempengaruhi sikap konsumen dalam membelanjakan uang mereka. Sebagai contoh seorang yang memiliki sikap hemat akan lebih berhati-hati dalam membelanjakan uang mereka dibandingkan dengan mereka yang memiliki sikap kurang hemat. Sikap kehati-hatian inilah yang kemudian akan berdampak bagaimana mereka mempersepsikan pengorbanan yang harus dilakukan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.

Persepsi kualitas dan persepsi pengorbanan akan mempengaruhi bagaimana persepsi nilai muncul dan kemudian akan mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Semakin tinggi persepsi kualitas maka akan meningkatkan persepsi nilai konsumen. Sebaliknya semakin tinggi pengorbanan yang dipersepsikan maka akan menurunkan persepsi nilai konsumen.

Dalam *price-effect model* ada beberapa hal yang mempengaruhi persepsi nilai konsumen terhadap suatu produk (Dodds, Monroe, dan Grewal 1991). Persepsi nilai dipengaruhi oleh persepsi kualitas dan persepsi pengorbanan. Model tersebut kemudian dikembangkan lagi dengan memasukkan variabel persepsi resiko sebagai variabel pemediasi antara persepsi kualitas & pengorbanan yang dipersepsikan terhadap persepsi nilai tetapi disisi yang lain, persepsi kualitas dan persepsi pengorbanan dipengaruhi harga, citra merek, citra negara asal dan citra toko. (Agarwal dan Teas 2001)

Faktor yang mempengaruhi persepsi pengorbanan tidak hanya terbatas pada harga, akan tetapi ada variabel *attitude toward economising* misalnya sikap berhemat dan nilai-nilai ekonomis lain yang dianut oleh konsumen yang mempengaruhi persepsi pengorbanan mereka (Maxwell 2001). Orang yang memiliki sikap sangat hemat akan menganggap kenaikan harga 20% lebih berat dibandingkan dengan orang yang tidak memiliki sifat hemat. Tingkat persepsi yang berbeda itu akan mempengaruhi bagaimana persepsi pengorbanan mereka yang akan mempengaruhi bagaimana persepsi nilai konsumen akan produk tersebut. Sikap hemat berpengaruh terhadap pandangan akan resiko keuangan yang diterima konsumen manakala mereka memutuskan untuk menilai suatu produk (Maxwell 2001). Resiko keuangan diterjemahkan sebagai bentuk pengorbanan moneter yang harus dilakukan untuk mendapatkan suatu produk. Resiko keuangan ini meningkat atau tidak tergantung pada bagaimana nilai-nilai ekonomis yang dianut konsumen.

Persepsi resiko merupakan pemediasi hubungan antara kualitas dan persepsi pengorbanan terhadap persepsi nilai (Agarwal dan Teas 2001). Variabel persepsi resiko tersebut meliputi resiko keuangan dan resiko kinerja. Mereka menemukan bahwa persepsi kualitas dipengaruhi oleh harga, citra merek dan citra negara asal. Sedangkan citra toko tidak berpengaruh terhadap persepsi kualitas konsumen. Persepsi kualitas juga dipengaruhi oleh citra toko (Dodds, Monroe, dan Grewal 1991; Agarwal dan Teas 2001; Maxwell 2000). Pandangan terhadap persepsi resiko akan mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Penelitian ini diarahkan untuk meneliti hubungan kausalitas antara indikator eksternal (harga, citra merek, citra negara asal dan citra garansi) terhadap persepsi kualitas, persepsi pengorbanan, persepsi resiko, dan persepsi nilai.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat diuraikan rumusan permasalahan sebagai berikut:

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat diuraikan rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga, citra merek, citra negara asal dan citra garansi terhadap persepsi kualitas ?
2. Seberapa besar pengaruh harga terhadap persepsi pengorbanan ?
3. Bagaimana persepsi kualitas berpengaruh terhadap resiko kinerja?
4. Bagaimana pengaruh persepsi pengorbanan dan resiko kinerja terhadap resiko keuangan ?
5. Apakah resiko keuangan dan resiko kinerja berpengaruh terhadap persepsi nilai?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Melihat pengaruh harga, citra merek, citra negara asal dan citra garansi terhadap persepsi kualitas.
2. Mengukur besarnya pengaruh harga terhadap persepsi pengorbanan.
3. Melihat persepsi kualitas berpengaruh terhadap resiko kinerja.
4. Melihat pengaruh persepsi pengorbanan dan resiko kinerja terhadap resiko keuangan.
5. Melihat hubungan resiko keuangan dan resiko kinerja terhadap persepsi nilai.

1.4. Manfaat Penelitian

Bagi perusahaan, penelitian ini ditujukan untuk memberi gambaran bahwa konsumen mempunyai perilaku tertentu ketika mereka dihadapkan pada proses keputusan pembelian, dan hal ini harus dipahami oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini diharapkan juga bermanfaat bagi konsumen yang hendak membeli produk atau jasa dalam menyusun bagaimana strategi pemilihan yang tepat untuk melakukan pembelian .

Bagi peneliti, penelitian perilaku konsumen yang membahas tentang *price-effect* model masih terbatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan terutama mengenai model persepsi konsumen yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

BAB II

KERANGKA TEORITIS

2.1. Komponen – Komponen dalam Pemasaran

Tingkat persaingan yang semakin ketat apalagi dengan munculnya internet menyebabkan persaingan yang timbul tidak hanya bersifat lokal akan tetapi bersifat global. Saat ini, konsumen dapat memperoleh beragam informasi mengenai produk, harga dan citra toko melalui internet. Sebagai konsekuensinya, perhatian konsumen menjadi semakin meningkat dan menjadi semakin peka terhadap harga, citra merek dan kualitas karena adanya kemudahan akses informasi.

Konsumen menggunakan beberapa hal sebagai indikator kualitas yang meliputi citra toko, citra merek dan diskon harga atau biasa disebut dengan indikator eksternal. Pemasar yang memahami peranan bagaimana indikator eksternal akan dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dan meningkatkan situasi persaingan (Monroe 1990).

Harga dan promosi khusus (misalnya meningkatkan nilai melalui diskon harga) seringkali digunakan toko retail untuk menarik konsumen dan meningkatkan tingkat kunjungan terhadap toko. Bagi pengecer tidak bisa menggantungkan hanya pada promosi harga untuk menarik konsumen tetapi juga perlu memperhatikan kualitas barang yang ditawarkan di toko (Monroe 1990).

Harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti *feature* yang menempel pada produk ataupun

dengan hal yang berkaitan dengan masalah distribusi barang. Pada saat yang sama, penetapan dan persaingan harga merupakan masalah utama yang dihadapi bagian pemasaran.

Harga dari sudut pandang pemasaran merupakan ukuran moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai manfaat yang dirasakan dibandingkan terhadap harga. Bagi konsumen nilai yang melekat pada produk/jasa dan diterima dalam persepsi konsumen disebut sebagai persepsi nilai. Persepsi nilai adalah nilai yang diterima konsumen terhadap suatu produk/jasa yang merupakan *trade off* antara *benefit* yang diterima suatu produk yang diwujudkan dalam *Persepsi kualitas* dan *Persepsi Pengorbanan* yang harus dilakukan untuk memperoleh barang tersebut (*perceived sacrifice*).

2.2. Indikator Eksternal

Penelitian yang sering dijadikan acuan untuk penelitian mengenai harga dan citra merek sebagai indikator eksternal yang mempengaruhi Persepsi Kualitas konsumen adalah penelitian Monroe 1990. Dimana hasilnya adalah harga sangat berpengaruh terhadap kualitas. Untuk menghasilkan barang yang memiliki kualitas tinggi diperlukan biaya yang lebih mahal dibandingkan dengan apabila menghasilkan barang dengan kualitas yang rendah (Agarwal dan Teas 2001).

Kesan konsumen terhadap harga baik itu mahal atau murah akan berpengaruh terhadap aktivitas pembelian dan kepuasan konsumen setelah pembelian. Kesan ini akan menciptakan persepsi nilai konsumen terhadap suatu barang. Manakala konsumen kecewa setelah membeli suatu merek barang ternyata terlalu mahal menurut dia, maka kemungkinan selanjutnya dia enggan untuk membeli merek barang itu lagi dan bisa jadi beralih ke merek barang lain.

Kesan konsumen terhadap harga dipengaruhi oleh harga barang lain yang dijadikan referensi (*reference price*). Harga referensian diterjemahkan sebagai apapun bentuk harga yang dijadikan konsumen sebagai dasar perbandingan untuk menilai harga barang lain (Shiffman dan Kanuk 2000). Harga referensian dibagi menjadi dua macam, *external* dan *internal reference price* (Harga referensian eksternal dan harga referensian internal).

Pada beberapa kasus, konsumen menggunakan harga sebagai indikator kualitas dan tergantung pada pengenalan merek produk sebagai indikator kualitas (Verma dan Gupta 2004; Dodds, Monroe, dan Grewal 1991; Agarwal dan Teas 2001; Maxwell 2001). Kalau seseorang memiliki informasi yang sangat luas terhadap suatu produk dimana informasi itu mencakup citra merek, harga, referensi harga, pengalaman orang lain dan informasi lain, maka pengaruh harga sebagai indikator kualitas akan berkurang. Belum tentu konsumen akan menilai barang yang mahal memiliki kualitas yang tinggi, hal ini timbul karena adanya informasi lain mengenai produk yang mereka miliki. Bisa jadi barang yang berkualitas tinggi bagi mereka adalah barang yang berharga tidak terlalu mahal.

Harga memiliki dua peranan penting terhadap konsumen. Pertama, harga berperan sebagai sinyal kualitas produk dan yang kedua harga merupakan suatu bentuk pengorbanan moneter yang harus dilakukan oleh konsumen untuk memperoleh barang atau jasa tersebut.

Harga merupakan suatu indikator terhadap *purchase cost* (pengorbanan) pembeli (Monroe 1990). Meskipun demikian, bukti penelitian mengindikasikan bahwa peran harga lebih kompleks dari sekedar menjadi *indicator of purchase cost* pembeli. Penilaian terhadap harga akan dibandingkan dengan persepsi konsumen terhadap kualitas produk, alternatif produk pesaing dan nilai keuangan yang dikorbankan.

Studi mengenai peran harga sebagai indikator kualitas sekaligus sebagai indikator pengorbanan menunjukkan temuan bahwa harga berpengaruh positif terhadap persepsi kualitas dan harga berpengaruh positif terhadap persepsi pengorbanan. Semakin tinggi harga mengindikasikan kualitas yang semakin tinggi tapi disisi yang lain semakin tinggi harga menyebabkan semakin tinggi pengorbanan yang harus dilakukan konsumen (Agarwal dan Teas 2001; Dodds, Monroe dan Grewal 1991; Grewal, Monroe, dan Khrisnan 1998; Chapman dan Wahlers 1999)

Merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi hal-hal tersebut yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa seorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dengan produk pesaing (Kotler 2003). Merek sebenarnya merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan *feature*, manfaat dan jasa tertentu kepada pembeli. Merek-merek terbaik memberikan jaminan kualitas.

Merek dalam persaingan yang kompetitif semakin strategis, tidak hanya sekedar nama ataupun simbol, bahkan tidak sekedar pembeda produk. Merek dapat meningkatkan preferensi konsumen terhadap sebuah merek, membentuk loyalitas pelanggan dan dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan. Merek sangat bermanfaat bagi konsumen dalam banyak aspek. Dengan merek, konsumen dapat mengidentifikasi sebuah produk yang pada masa lalu telah dapat memuaskan kebutuhannya. Melalui pengetahuan merek yang cukup, konsumen dapat menghemat waktu dan biaya pencarian (*searching cost*) serta menghindari resiko-resiko yang dapat muncul kemudian, seperti resiko fungsional, finansial, fisik, sosial, dan psikologis. Bagi konsumen, kesan merek yang melekat pada suatu produk disebut citra merek.

Citra Merek merupakan indikator eksternal yang mencerminkan kualitas Produk atau jasa. Merek yang kuat akan membantu dalam meningkatkan persepsi kualitas produk. Studi mengenai pengaruh merek yang dilakukan oleh Dodds et al. (1991) menunjukkan temuan empiris yang mendukung pengaruh positif citra merek terhadap persepsi kualitas.

Disamping faktor harga dan citra merek ada citra negara asal (*country of origin*) yang turut mempengaruhi persepsi kualitas konsumen (Agarwal dan Teas 2001). Negara asal adalah negara dimana produk atau merek itu dibuat. Citra Negara asal akan mempengaruhi persepsi kualitas karena orang akan menilai produk buatan satu negara akan lebih dipercaya dibandingkan dengan negara lain. Sebagai contoh bagi konsumen Indonesia, produk buatan Jerman akan lebih dipercaya dibandingkan dengan produk buatan China.

Selain negara asal, ada citra garansi yang mempengaruhi Persepsi kualitas produk (Shimp dan Barden 1982; Purohit dan Srivastava 2001). Semakin lama garansi yang ditawarkan maka konsumen semakin aman manakala membeli produk itu. Konsumen menggunakan berbagai variasi strategi untuk mengurangi resiko misalkan dengan menggunakan beberapa indikator yang menyakinkan mengenai kualitas suatu produk. Semakin kuat Persepsi kualitas terhadap suatu produk maka akan semakin meminimalkan resiko yang diterima. Citra Garansi merupakan salah satu indikator dari kualitas, apakah garansi itu dianggap bagus atau tidak akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Citra Garansi menyediakan kepada konsumen tambahan kepastian akan suatu produk yang berarti pengurangan terhadap resiko terhadap suatu produk (Shimp dan Bearden 1982). Jika produk ternyata tidak bekerja sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen akan bisa mendapatkan ganti produk tersebut selama masih dalam masa garansi. Semakin lama garansi yang ditawarkan berarti semakin mengurangi resiko yang harus dihadapi konsumen manakala membeli suatu produk. Paling tidak selama masa garansi konsumen memperoleh kepastian bahwa produk yang dimiliki tidak akan bermasalah, walaupun bermasalah akan memperoleh ganti produk yang baru. Citra garansi akan mengakibatkan konsumen merasa aman dan hal ini akan berdampak pada kualitas produk tersebut yang semakin dipandang tinggi (Shimp dan Bearden 1982; Purohit dan Srivastava 2001).

2.3. Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai, Persepsi Pengorbanan dan Persepsi Resiko (Resiko Keuangan dan Resiko Kinerja).

1. Persepsi Kualitas adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas suatu produk. Persepsi Kualitas akan membentuk persepsi akan kualitas suatu produk dimata pelanggan. Persepsi akan kualitas adalah persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan maksud yang diharapkan (Rangkuti 2002). Persepsi kualitas merupakan persepsi konsumen, jika Persepsi kualitas pelanggan negatif, produk tidak akan disukai dan tidak akan bertahan lama dipasar.
2. Persepsi nilai secara konseptual merupakan *trade off* antara kualitas dan pengorbanan yang dilakukan membawa dampak dimana kualitas memiliki hubungan positif terhadap nilai dan pengorbanan memiliki hubungan negatif terhadap persepsi nilai (Agarwal dan Teas 2001).
3. Persepsi pengorbanan adalah segala bentuk pengorbanan yang harus dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan barang/jasa, Konstruk ini diukur dengan menggunakan tiga butir pertanyaan (Agarwal dan Teas 2001; Dodds, Monroe, dan Grewal 1991).
4. Resiko keuangan adalah resiko yang terkait dengan pengorbanan (moneter) yang harus dilakukan untuk mendapatkan produk atau jasa.
5. Resiko Kinerja adalah resiko yang harus dihadapi oleh konsumen manakala produk/atau jasa yang dibeli ternyata tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah masyarakat pengguna sepeda motor di kota Bandung yang diambil secara acak, pada saat melakukan service sepeda motor di bengkel resmi. Bengkel resmi sepeda motor yang diambil adalah bengkel service yang merupakan main dealer sepeda motor yang bersangkutan.

Untuk sepeda motor HONDA, peneliti mengambil obyek penelitian adalah pengendara sepeda motor yang melakukan perawatan berkala di PT. Daya Adira Mustika di Cibeureum. Hal ini berdasarkan data bahwa jumlah pengunjung yang melakukan service berkala di sini terbanyak dan dimanjakan dengan cuci gratis oleh pihak bengkel yang menjadi penarik bagi konsumen.

Untuk sepeda motor Suzuki, peneliti mengambil obyek penelitian di PT. Nusantara Jaya Sentosa. Hal ini juga didasarkan pada jumlah konsumen yang banyak dibandingkan dengan bengkel lain.

Untuk sepeda motor Yamaha, peneliti mengambil bengkel Yamaha di Yamaha Soekarno Hatta yang merupakan bengkel yang digandrungi oleh masyarakat karena mekaniknya yang sangat terampil dalam menyetel mesin dan kelengkapan fasilitas yang ditawarkan.

3.2 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian verifikatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik hubungan citra merek, citra negara asal, citra garansi, harga terhadap persepsi kualitas, persepsi pengorbanan yang menghasilkan resiko kinerja dan resiko keuangan yang akan mempengaruhi persepsi nilai. Metode yang digunakan adalah metode penelitian explanatory survey, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana keputusan membeli yang harus diambil oleh konsumen dihubungkan dengan kondisi yang ada.

3.3 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah:

1. Penelitian kepustakaan

Mempelajari, meneliti dan menelaah berbagai literatur – literatur dari perpustakaan yang bersumber dari buku – buku yang ada, jurnal ilmiah, tesis, majalah – majalah maupun penelitian – penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Penelitian kepustakaan ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang berifat teoritis dan digunakan sebagai perbandingan dalam pembahasan.

2. Penelitian lapangan

Pengumpulan data dari pengisian kuesioner oleh responden, yang dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner.

Hal yang digunakan oleh penulis adalah Pretest yang dilakukan terhadap 30 responden digunakan untuk menentukan.

- a. Tingkatan harga yang realistis.
- b. Citra merek, Citra Garansi dan Citra Negara Asal.

Responden dikumpulkan dan tiap responden diberi kuesioner yang berisi pertanyaan mengenai harga, merek, daerah asal dan nama toko yang mereka ketahui terkait dengan produk sepeda motor. Selanjutnya hasil *pretest* tersebut yang berupa peringkat harga, citra merek, citra garansi dan citra negara asal dipakai sebagai *treatment* untuk kuesioner penelitian. *Treatment* yang diberikan merupakan kombinasi dari tingkatan harga, tingkatan merek, tingkatan negara asal dan lama garansi. Sehingga total ada 16 kombinasi *treatment* .

3.3.1 Manipulation Check

Manipulation check dilakukan untuk mengetahui apakah *treatment* yang dilakukan itu tepat atau tidak. Sebelum kuesioner dengan *treatment* dari hasil pretest disebarikan ke sampel besar, *treatment* diuji dulu pada sampel kecil. Responden diberi gambaran mengenai *treatment* yang dipakai dan kemudian diberi pertanyaan mengenai penilaian mereka terhadap harga, citra merek, citra garansi dan citra negara asal. Pada *manipulation check* ini, seorang responden bisa mendapat beberapa *treatment* yang diberikan pada waktu yang berbeda. Adapun jumlah responden yang dipakai untuk *manipulation check* adalah 40 orang. *One Way Anova* dipakai untuk mengecek apakah *treatment* yang dipakai benar benar bekerja dengan tepat. Dari hasil *manipulation check* tersebut, akan didapatkan *treatment* yang tepat dan telah teruji. Kemudian baru digunakan pada kuesioner utama untuk disebarikan pada sampel besar.

3.3.2 Pemilihan Sampel

Sample ditentukan dengan metode *convenience sampling*. Dalam hal ini responden yang diambil merupakan mahasiswa fakultas ekonomi. Karena penelitian ini menggunakan disain ekperimental, maka Sampel yang diambil berjumlah 15 X 16 atau 240 mahasiswa Fakultas Ekonomi (Sekaran 2000).

3.3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan desain ekperimental. Untuk memperoleh data yang diperlukan, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada sejumlah responden secara langsung. Penyebaran kuesioner dilakukan di kelas dengan menggunakan mahasiswa sebagai responden. Responden dikumpulkan di kelas dan kemudian diberi kuesioner dengan *treatment* yang berbeda beda. Total ada 16 jenis kuesioner dengan jenis *treatment* yang berbeda. Responden akan mendapatkan kuesioner dengan *treatment* tertentu secara acak sehingga seorang responden akan mendapatkan jenis kuesioner yang berbeda dengan responden lain. Struktur pertanyaan dalam kuesioner berupa pertanyaan tertutup. Responden akan diminta mengisi sendiri jawaban yang tersedia, namun demikian peneliti akan tetap mendampingi responden untuk memudahkan responden dalam menjawab pertanyaan. Kuesioner ini digunakan untuk mendapatkan data primer, sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui studi pustaka dari buku, dan jurnal untuk menyusun tinjauan pustaka dan penggunaan alat analisis.

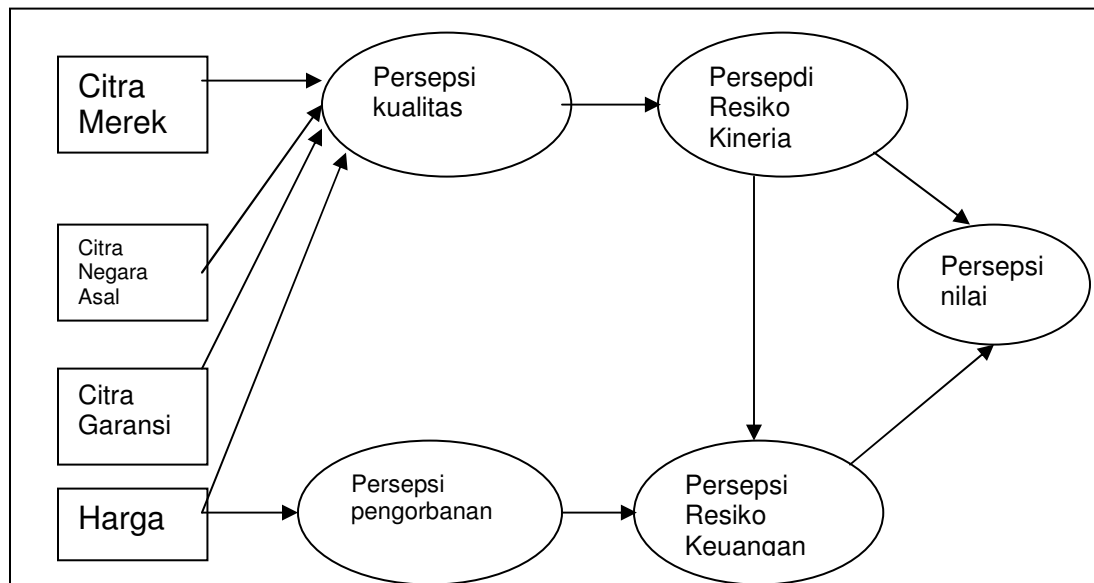
3.3.4 Homogenitas Group

Homogenitas tiap group diperlukan untuk memberikan hasil yang lebih akurat. Setiap kuesioner dengan *treatment* tertentu akan disebar kepada sekelompok responden yang memiliki kesamaan karakteristik yang bisa berasal dari tingkat pendidikan atau tingkat usia. Untuk menyakinkan bahwa tiap group *treatment* memiliki sampel yang homogen dilakukan pengujian homogenitas tiap group dengan menggunakan *Chi Square* (Rao dan Monroe 1989). Alat ini untuk menguji homogenitas dari matrik kovarian data yang ada.

3.4 Instrument Penelitian dan Skala Pengukuran

Dalam suatu penelitian dibutuhkan instrumen penelitian yang *valid* dan reliabel. Instrumen tersebut dapat dikembangkan sendiri oleh peneliti atau diadopsi peneliti sebelumnya. Penelitian ini mengadopsi instrumen penelitian yang telah dikembangkan oleh peneliti sebelumnya. Adapun instrumen pengukuran terdiri 6 konstruk yang dioperasionalisasikan, yaitu Persepsi Kualitas, Persepsi Pengorbanan, resiko keuangan, resiko kinerja dan persepsi nilai.

Gambar 3.1. Model Penelitian



Sumber: Diadopsi dari Agarwal &Teas (2001), Purohit & Srivastava (2001)

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dibahas maka dapat disimpulkan beberapa hipotesis sebagai berikut :

H_{1a}: Harga berpengaruh secara positif terhadap persepsi kualitas.

H_{1b}: Harga berpengaruh secara positif terhadap persepsi pengorbanan

H₂: Citra Merek berpengaruh secara positif terhadap persepsi kualitas.

H₃: Citra Negara asal berpengaruh secara positif terhadap persepsi kualitas.

H₄: Citra Garansi berpengaruh secara positif terhadap persepsi kualitas.

- H₅: Persepsi Kualitas berpengaruh secara negatif terhadap *resiko* kinerja.
- H₆: Persepsi Pengorbanan berpengaruh secara positif terhadap resiko keuangan
- H₇: Resiko kinerja berpengaruh secara positif terhadap resiko keuangan.
- H₈: Resiko kinerja berpengaruh secara negatif terhadap persepsi nilai.
- H₉: Resiko keuangan berpengaruh secara negatif terhadap persepsi nilai.

3.5 Desain Penelitian

Untuk menguji hipotesis digunakan $2 \times 2 \times 2 \times 2$ *experimental design* dengan 2 tingkatan harga (Tinggi, Rendah) 2 tingkatan citra merek (bermutu baik, bermutu jelek), 2 tingkatan citra garansi (Tinggi, Rendah), dan 2 tingkatan citra negara asal (tinggi, rendah). Untuk menentukan tingkatan harga, citra merek, citra garansi dan citra negara asal dilakukan pretest.

Gambar 3.2. Desain matrik penelitian

| | | HARGA | | | | | |
|-------------|--------|---------------|--------|--------|--------|--------|-------------------|
| | | TINGGI | | RENDAH | | | |
| CITRA MEREK | TINGGI | A | C | I | K | TINGGI | CITRA NEGARA ASAL |
| | | B | D | J | L | RENDAH | |
| | RENDAH | E | G | M | O | TINGGI | |
| | | F | H | N | P | RENDAH | |
| | | TINGGI | RENDAH | TINGGI | RENDAH | | |
| | | CITRA GARANSI | | | | | |

3.6 Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menyerahkan secara langsung kepada responden. Hal ini dimaksudkan agar responden dapat memperoleh keterangan secara

langsung apabila responden yang bersangkutan mengalami kesulitan dalam mengisi kuesioner.

3.7 Pengumpulan & Pengolahan Data

Pada penelitian ini data didapatkan dari kusioner yang disebarkan yaitu melalui pengumpulan data – data yang diisikan oleh konsumen dengan penelitian ini. Untuk studi kepustakaan atau studi literatur dengan cara membaca, mendalami dan menelaah berbagai catatan kuliah, jurnal, text book yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan untuk memperoleh informasi dan perbandingan dalam pembahasan.

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur apakah instrumen penelitian benar-benar mampu mengukur konstruk yang digunakan. Untuk memperoleh validitas kuesioner, usaha dititikberatkan pada pencapaian validitas isi. Validitas tersebut menunjukkan sejauh mana perbedaan yang diperoleh dengan instrumen pengukuran merefleksikan perbedaan sesungguhnya pada responden yang diteliti. Untuk uji validitas digunakan alat uji *Confirmatory Factor Analysis* dengan menggunakan bantuan *software SPSS for Windows*.

Uji Reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen yang mengukur konsep. Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu. Untuk menguji reliabilitas digunakan Cronbach Alpha dengan bantuan *software SPSS for Windows*.

3.9 Estimasi & Pengujian Model Struktural

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan sebelum melakukan pengujian model struktural dengan pendekatan *Structural Equation Modelling* yaitu:

A. Asumsi Kecukupan Sampel.

Sampel yang harus dipenuhi dalam permodelan ini berjumlah minimal 5 kali jumlah parameter yang akan diestimasi (Hair et.al., 1998).

B. Asumsi Normalitas.

Dalam SEM terutama bila diestimasi dengan teknik *maximum likelihood* mensyaratkan sebaiknya asumsi normalitas pada data dipenuhi. Nilai Statistik untuk menguji normalitas disebut *z value* (*Critical ratio* atau CR pada output AMOS 4).

C. Asumsi *Outliers*.

Outlier adalah data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk konstruk tunggal maupun konstruk kombinasi. Dalam analisis multivariate adanya outlier dapat diuji dengan statistik *chi square* terhadap nilai *Mahalanobis distance square* pada tingkat signifikansi 0,001 dengan *degree of freedom* sejumlah konstruk yang digunakan dalam penelitian (Hair et al., 1998).

D. Evaluasi atas kriteria *Goodness of Fit*.

Dalam analisis SEM, tidak ada alat uji statistik tunggal untuk menguji hipotesis mengenai model (Hair et al., 1998). Tetapi berbagai fit indeks yang digunakan untuk mengukur derajat kesesuaian antara model yang disajikan dan data yang disajikan. Fit indeks yang digunakan meliputi:

- a. *Chi Square*. Tujuan analisis ini adalah mengembangkan dan menguji sebuah model yang sesuai dengan data. Dalam pengujian ini nilai χ^2 yang rendah dan menghasilkan tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0,05 akan mengindikasikan tidak ada perbedaan yang signifikan antara matriks kovarians data dan matriks kovarian yang diestimasi. *Chi Square* sangat bersifat sensitif terhadap sampel yang terlalu kecil maupun yang terlalu besar. Oleh karenanya pengujian ini perlu dilengkapi dengan alat uji lainnya.
- b. *Goodness of fit index (GFI)*. Indeks ini mencerminkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari residual kuadrat dari model yang diprediksi dibandingkan data yang sebenarnya. Nilai yang mendekati 1 mengisyaratkan model yang diuji memiliki kesesuaian dengan baik.
- c. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*. RMSEA adalah indeks yang digunakan untuk mengukur fit model menggantikan chi square statistik dalam jumlah sampel yang besar. Nilai $RMSEA \geq 0,08$ mengindikasikan indeks yang baik untuk menerima kesesuaian sebuah model.
- d. *Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)*. Indeks ini merupakan pengembangan dari GFI yang telah disesuaikan dengan rasio dari *degree of freedom* model yang diajukan

dengan *degree of freedom* dari *null model* (model konstruk tunggal dengan semua indikator pengukuran konstruk). Nilai yang direkomendasikan adalah $AGFI \geq 0,9$. Semakin besar nilai AGFI maka semakin baik kesesuaian yang dimiliki model.

- e. *Tucker Lewis Index (TLI)*. TLI merupakan indeks kesesuaian *incremental* yang membandingkan model yang diuji dengan *null model*. Nilai penerimaan yang direkomendasikan adalah nilai $TLI \geq 0,9$. TLI merupakan indeks kesesuaian yang kurang dipengaruhi oleh ukuran sampel.
- f. *Normed Fit Index (NFI)*. Indeks ini juga merupakan indeks kesesuaian *incremental*. Nilai yang direkomendasikan adalah nilai $NFI \geq 0,90$.
- g. *Comparative Fit Index (CFI)*. CFI juga merupakan indeks kesesuaian *incremental*. Besaran indeks ini adalah dalam rentang 0 sampai 1 dan nilai yang mendekati 1 mengindikasikan model memiliki tingkat kesesuaian yang baik. Indeks ini sangat dianjurkan untuk dipakai karena indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi oleh kerumitan model. Nilai penerimaan yang direkomendasikan adalah $CFI \geq 0,95$.
- h. *Normed Chi Square (CMIN/DF)*. CMIN/DF adalah ukuran yang diperoleh dari nilai *chi square* dibagi dengan *degree of freedom*. Indeks ini merupakan indeks kesesuaian *parsimonious* yang mengukur hubungan *goodness of fit model* dan jumlah-jumlah koefisien estimasi yang diharapkan untuk mencapai tingkat kesesuaian. Nilai yang direkomendasikan untuk menerima kesesuaian model adalah $CMIN/DF < 2,0/3,0$.

3.9.1 Analisis Hasil Pengolahan Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). SEM merupakan teknik multivariate yang mengkombinasikan aspek regresi berganda dan analisis faktor untuk mengestimasi serangkaian hubungan ketergantungan secara simultan (Hair et al., 1998). SEM dikenal dengan nama berbeda seperti *Covariance Structure Analysis*, *Latent Variabel Analysis*, *Confirmatory Analysis* dan *Causal Modelling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan Program AMOS untuk menganalisa hubungan kausalitas dalam model struktural yang diusulkan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. *Treatment* dan *Manipulation Check*

Dari hasil pretest pada produk sepeda motor didapatkan hasil sebagai berikut: Untuk harga, didapatkah hasil harga tinggi adalah Rp 15.000.000,00 dan harga rendah adalah Rp 10.500.000,00. Negara Asal yang dianggap tinggi adalah Jepang dan yang dianggap rendah adalah Thailand. Untuk Garansi, yang dianggap tinggi lama garansi 3 tahun dan yang dianggap rendah adalah ½ tahun.

Tabel 4.1.
Hasil Pretest Harga, Merek, Garansi dan Negara Asal

| HARGA | MEREK | GARANSI | NEGARA ASAL | KODE |
|--------------|--------------|----------------|------------------------|-------------|
|--------------|--------------|----------------|------------------------|-------------|

| | | | | |
|------------|--------|-----------|----------|---|
| 15,000,000 | HONDA | 3 TAHUN | Jepang | A |
| 15,000,000 | HONDA | 3 TAHUN | Thailand | B |
| 15,000,000 | HONDA | 1/2 TAHUN | Jepang | C |
| 15,000,000 | HONDA | 1/2 TAHUN | Thailand | D |
| 15,000,000 | YAMAHA | 3 TAHUN | Jepang | E |
| 15,000,000 | YAMAHA | 3 TAHUN | Thailand | F |
| 15,000,000 | YAMAHA | 1/2 TAHUN | Jepang | G |
| 15,000,000 | YAMAHA | 1/2 TAHUN | Thailand | H |
| 10,500,000 | HONDA | 3 TAHUN | Jepang | I |
| 10,500,000 | HONDA | 3 TAHUN | Thailand | J |
| 10,500,000 | HONDA | 1/2 TAHUN | Jepang | K |
| 10,500,000 | HONDA | 1/2 TAHUN | Thailand | L |
| 10,500,000 | YAMAHA | 3 TAHUN | Jepang | M |
| 10,500,000 | YAMAHA | 3 TAHUN | Thailand | N |
| 10,500,000 | YAMAHA | 1/2 TAHUN | Jepang | O |
| 10,500,000 | YAMAHA | 1/2 TAHUN | Thailand | P |

Dari hasil pretest, *manipulation check* dilakukan untuk mengecek apakah *treatment* yang dipakai benar-benar bekerja dengan baik atau tidak. *Manipulation check* dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan *treatment* yang berbeda-beda pada responden dengan sampel kecil. Dari 40 kuesioner *manipulation check* yang disebar ke responden, sebanyak 37 kuesioner kembali dan bisa dipakai. Hasil dari *manipulation checks* dengan menggunakan *one way anova* adalah sebagai berikut.

Pada *treatment* harga tinggi, didapatkan hasil rata-rata dari 37 responden adalah 3,974 dan untuk harga rendah didapatkan nilai rata-rata sebesar 2,3889. Karena rata-rata responden untuk harga tinggi lebih besar dari 2,5 dan untuk harga rendah lebih kecil dari 2,5 maka dapat dikatakan *treatment* yang dipakai telah bekerja dengan tepat. Selanjutnya diuji dengan menggunakan *one way anova* untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara harga tinggi dan harga rendah. Hasil *one way anova* menunjukkan nilai F sebesar 31,150 pada tingkat signifikan 0.000 dengan tingkat R square sebesar 0,471. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara harga tinggi

dan harga rendah. Karena ada perbedaan yang signifikan, berarti *treatment* harga yang dipakai telah bekerja dengan tepat.

Untuk *treatment* merek tinggi, didapatkan hasil rata rata pada 37 responden adalah 4,0476 dan untuk merek rendah didapatkan nilai rata-rata sebesar 2,3125. karena rata rata responden untuk merek tinggi lebih besar dari 2,5 dan merek rendah lebih kecil dari 2,5 maka dapat dikatakan *treatment* yang dipakai telah bekerja dengan tepat. Selanjutnya diuji dengan menggunakan one way anova untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara merek tinggi dan merek rendah. Hasil one way anova menunjukkan nilai F sebesar 66,498 pada tingkat signifikan 0.000 dengan tingkat R square sebesar 0,655. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara merek tinggi dan merek rendah. Karena ada perbedaan yang signifikan, berarti *treatment* citra merek yang dipakai telah bekerja dengan tepat.

Hasil analisa *treatment* negara asal tinggi, didapatkan hasil rata rata pada 37 responden adalah 4,000 dan untuk negara asal rendah didapatkan nilai rata-rata sebesar 2,3333. karena rata rata responden untuk negara asal tinggi lebih besar dari 2,5 dan negara asal rendah lebih kecil dari 2,5 maka dapat dikatakan *treatment* yang dipakai telah bekerja dengan tepat. Selanjutnya diuji dengan menggunakan one way anova untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara negara asal tinggi dan negara asal rendah. Hasil one way anova menunjukkan nilai F sebesar 37,444 pada tingkat signifikan 0.000 dengan tingkat R square sebesar 0,517. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara negara asal tinggi dan negara asal rendah. Karena ada perbedaan yang signifikan, berarti *treatment* citra negara asal yang dipakai telah bekerja dengan tepat.

Hasil analisa *treatment* garansi tinggi, didapatkan hasil rata rata pada 37 responden adalah 4.1364 dan untuk garansi rendah didapatkan nilai rata-rata sebesar 2,1333. karena rata rata responden untuk garansi tinggi lebih besar dari 2,5 dan garansi lebih kecil dari 2,5 maka dapat dikatakan *treatment* yang dipakai telah bekerja dengan tepat. Selanjutnya diuji dengan menggunakan one way anova untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara garansi tinggi dan garansi rendah. Hasil one way anova menunjukkan nilai F sebesar 35,784 pada tingkat signifikan 0.000 dengan tingkat R square sebesar 0,616. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara garansi tinggi dan garansi rendah. Karena ada perbedaan yang signifikan, berarti *treatment* yang dipakai telah bekerja dengan tepat.

4.2. Karakteristik Sampel

Jumlah sampel yang dipilih dalam penelitian ini sebanyak 320 orang. Dari seluruh kuesioner yang disebar tersebut, peneliti mendapatkan jumlah pengembalian kuesioner sebanyak 291 dengan demikian *respon rate* dalam penelitian ini total sebesar 90,93%. Setelah melalui analisis data, ditemukan bahwa data keseluruhan yang dapat diolah lebih lanjut berjumlah 277 kuesioner. Adapun karakteristik responden yang terkumpul dapat dilihat pada Tabel 4.2. sebagai berikut:

Tabel 4.2.
Karakteristik Responden berdasar Jenis Kelamin

| JENIS KELAMIN | FREKUENSI | PERSEN |
|---------------|-----------|--------|
| WANITA | 75 | 27,1% |
| PRIA | 202 | 72,9% |
| TOTAL | 277 | 100 % |

Tabel 4.3.

Karakteristik Responden berdasarkan Usia

| USIA | FREKUENSI | PERSEN |
|--------------|------------------|---------------|
| 18 Tahun | 7 | 2,5% |
| 19 Tahun | 29 | 10,5% |
| 20 Tahun | 60 | 21,7% |
| 21 Tahun | 50 | 18,1% |
| 22 Tahun | 44 | 15,9% |
| 23 Tahun | 40 | 14,4% |
| 24 Tahun | 21 | 7,6% |
| 25 Tahun | 15 | 5,4% |
| 26 Tahun | 8 | 2,9% |
| 27 Tahun | 3 | 1,1% |
| TOTAL | 277 | 100 % |

Tabel 4.4.

Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

| TINGKAT PENDIDIKAN | FREKUENSI | PERSEN |
|---------------------------|------------------|---------------|
| D3 | 16 | 5,8% |
| S1 | 248 | 89,5% |
| S2 | 13 | 4,7% |
| TOTAL | 277 | 100 % |

Tabel 4.5.

Karakteristik Responden berdasarkan Kepemilikan Sepeda Motor

| MOTOR | FREKUENSI | PERSEN |
|--------------|------------------|---------------|
| Motor China | 10 | 3,7 % |
| HONDA | 128 | 46,2 % |
| YAMAHA | 107 | 38,6 % |
| SUZUKI | 32 | 11,6% |
| TOTAL | 277 | 100 % |

Tabel 4.6.

Karakteristik Responden berdasarkan Pemakaian MOTOR

| MOTOR | FREKUENSI | PERSEN |
|-----------------------------|------------------|---------------|
| Pernah Berganti MOTOR | 150 | 54,2 % |
| Tidak Pernah berganti MOTOR | 127 | 45,8 % |
| TOTAL | 277 | 100 % |

Dari tabel di atas terlihat bahwa dari umur, pengguna sepeda motor lebih banyak didominasi pria (72,9%) sedangkan wanita (27,1%). Untuk pengelompokan responden berdasarkan kategori usia, yang paling banyak adalah responden dengan usia 20 tahun (21,7%), diikuti 21 tahun (18,1%), kemudian diatas 22 tahun (15,9%) dan yang paling sedikit adalah responden dengan usia 27 tahun (1,1%). Dari pendidikan, responden yang berpendidikan S1 merupakan pengguna terbesar (89,5%), diikuti responden dengan pendidikan D3 (5,8%) dan S2 (4,7%). Untuk kepemilikan sepeda motor, pengguna merek HONDA merupakan pengguna terbesar (46,2%) kemudian disusul oleh YAMAHA (38,6%), SUZUKI (11,6%), Motor China (3,7%). Dari pengalaman pengguna Sepeda Motor, didominasi oleh responden yang pernah berganti sepeda motor (54,2%) dan mereka yang belum pernah berganti sepeda motor (45,8%).

4.3. Analisis Data

Analisis data yang dilakukan pertama kali adalah terhadap data yang hilang atau tidak lengkap. Dengan memilih cara *listwise deletion*, dari 320 responden ditemukan bahwa sebanyak 29 responden tidak dapat dimasukkan dalam analisis lebih lanjut karena adanya ketidaklengkapan pengisian data dan atau kesalahan dalam memberikan jawaban. Dengan demikian hanya 291 responden yang dapat dianalisis lebih lanjut. Dalam hal ini keseluruhan responden mengisi dengan lengkap seluruh bagian kuesioner termasuk pada bagian karakteristik responden. Analisis data berikutnya adalah analisis terhadap pola jawaban responden yang dimaksudkan untuk mengetahui kemungkinan adanya pola jawaban responden yang monoton pada sebagian besar item dari keseluruhan item pada kuesioner. Dari keseluruhan responden yang menjawab dengan lengkap, ditemukan

adanya pola jawaban responden yang dianggap monoton adapun jawaban yang dianggap monoton ada 14 responden. Karena pola jawaban yang bersifat monoton masih tergolong dalam jumlah kecil, sehingga dapat dikatakan bahwa mayoritas responden cukup memahami pertanyaan atau minimal tidak berkeberatan/serius dalam menjawab pertanyaan. Responden yang memiliki jawaban monoton tersebut dikeluarkan dalam analisis sehingga total responden yang terpakai dalam analisis ada 277 responden.

Analisis data yang dilakukan kemudian adalah analisis terhadap kemungkinan adanya *outliers*. Identifikasi yang dilakukan adalah identifikasi pada *univariate outliers* untuk menganalisis kemungkinan adanya karakteristik unik responden yang berbeda dari responden lainnya. Identifikasi *univariate outliers* dilakukan dengan melihat *standard scores* (nilai z) pada setiap observasi. Apabila diketahui ada observasi yang memiliki *standard scores* yang lebih besar dari ± 3 atau ± 4 maka observasi tersebut merupakan *univariate outliers* (Hair *et al.*, 1998). Jumlah data yang memenuhi syarat untuk dianalisis sebanyak 277 responden.

Homogenitas Data

Pengujian homogenitas diantara 16 Kelompok *Treatment* dilakukan dengan menggunakan *Chi Square*. Pengujian Homogenitas dilakukan untuk tiap kategori *treatment* harga, citra merek, citra negara asal dan citra garansi. Homogenitas *treatment* dilihat berdasarkan kategori responden yang meliputi jenis kelamin, usia dan tingkat pendidikan. Teknik yang digunakan adalah *Pearson Chi Square*. Adapun hasil pengujian homogenitas untuk tiap kategori *treatment* secara lengkapnya sebagai berikut.

Tabel 4.7.

Uji Homogenitas Treatment Harga

| | <i>Person Chi Square</i> | <i>Asymp. Sig. (2-sided)</i> | Keterangan |
|--------------------|--------------------------|------------------------------|-------------|
| Jenis Kelamin | .296 | .586 | Homogen |
| Usia | 6.208 | .719 | Homogen |
| Tingkat Pendidikan | 7.419 | .024 | Tdk Homogen |

Tabel 4.8.

Uji Homogenitas Treatment Citra Merek

| | <i>Person Chi Square</i> | <i>Asymp. Sig. (2-sided)</i> | Keterangan |
|--------------------|--------------------------|------------------------------|-------------|
| Jenis Kelamin | .583 | .445 | Homogen |
| Usia | 17.320 | .044 | Tdk Homogen |
| Tingkat Pendidikan | 4.229 | .121 | Homogen |

Tabel 4.9.

Uji Homogenitas Treatment Citra Negara Asal

| | <i>Person Chi Square</i> | <i>Asymp. Sig. (2-sided)</i> | Keterangan |
|--------------------|--------------------------|------------------------------|------------|
| Jenis Kelamin | .202 | .653 | Homogen |
| Usia | 6.820 | .656 | Homogen |
| Tingkat Pendidikan | 1.371 | .504 | Homogen |

Tabel 4.10.

Uji Homogenitas Treatment Citra Garansi

| | <i>Person Chi Square</i> | <i>Asymp. Sig. (2-sided)</i> | Keterangan |
|--------------------|--------------------------|------------------------------|-------------|
| Jenis Kelamin | 3.459 | .063 | Homogen |
| Usia | 16.891 | .050 | Tdk Homogen |
| Tingkat Pendidikan | 1.337 | .513 | Homogen |

Dari tabel 4.7. dapat dilihat, pada uji homogenitas *treatment* harga didapatkan hasil pengujian yang homogen berdasarkan jenis kelamin (Sign 0,586) dan usia (0,719). Sedangkan untuk tingkat pendidikan didapatkan hasil yang tidak homogen (0,024).

Karena ada dua diantara tiga kriteria pengujian homogen, maka untuk *treatment* harga memenuhi asumsi homogenitas.

Dari tabel 4.8. dapat dilihat, pada uji homogenitas *treatment* citra merek didapatkan hasil pengujian yang homogen berdasarkan jenis kelamin (Sign 0,445) dan tingkat pendidikan (0,121). Sedangkan untuk usia didapatkan hasil yang tidak homogen (0,044). Karena ada dua diantara tiga kriteria pengujian homogen, maka untuk *treatment* citra merek memenuhi asumsi homogenitas. Sedangkan untuk *treatment* Citra Negara Asal pada tabel 4.9. didapatkan hasil semua karakteristik memenuhi asumsi homogenitas.

Dari tabel 4.10. dapat dilihat, pada uji homogenitas *treatment* citra garansi didapatkan hasil pengujian yang homogen berdasarkan jenis kelamin (Sign 0,063) dan tingkat pendidikan (0,513). Sedangkan untuk usia didapatkan hasil yang tidak homogen (0,050). Karena ada dua diantara tiga kriteria pengujian homogen, maka untuk *treatment* citra garansi memenuhi asumsi homogenitas.

Secara keseluruhan didapatkan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa *Treatment* yang dipakai telah memenuhi syarat kriteria homogenitas. Meskipun ada beberapa kategori yang tidak homogen, namun karena kategori yang tidak homogen hanya sedikit, maka asumsi homogenitas tiap kategori *treatment* berdasarkan karakteristik responden (Jenis Kelamin, Usia, Tingkat Pendidikan) telah terpenuhi.

4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

4.4.1. Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan melalui *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). CFA perlu dilakukan terhadap model pengukuran, karena syarat untuk dapat menganalisis

model dengan SEM, indikator masing-masing konstruk harus memiliki *loading factor* yang signifikan terhadap konstruk yang diukur. Indikator masing-masing konstruk yang memiliki *loading factor* yang signifikan membuktikan bahwa indikator tersebut merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur konstruk yang sama dan dapat memprediksi dengan baik konstruk yang seharusnya diprediksi (Hair *et al*, 1998). Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan *confirmatory factor analysis*.

Berdasarkan hasil perhitungan *confirmatory factor analysis* yang disajikan pada menunjukkan *convergent validity* yang bisa diterima karena semua item mempunyai *factor loading* yang lebih dari 0,40 dan signifikan pada taraf signifikansi 5%. Adapun hasil akhir dari faktor analisis dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4.11.
Hasil Faktor Analisis 1

| | Component | | | | | Keterangan |
|-----|-----------|------|-------|------|------|-------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| KP1 | .825 | | | | | Valid |
| KP2 | .774 | | | | | Valid |
| KP3 | .827 | | | | | Valid |
| KP4 | .822 | | | | | Valid |
| KP5 | .788 | | | | | Valid |
| NP1 | | .790 | | | | Valid |
| NP2 | | .649 | -.503 | | | Tidak Valid |
| NP3 | | .545 | -.568 | | | Tidak Valid |
| NP4 | | .750 | | | | Valid |
| NP5 | | .765 | | | | Valid |
| PP1 | | | .763 | | | Valid |
| PP2 | | | .745 | | | Valid |
| PP3 | | | .651 | | .407 | Tidak Valid |
| FR1 | | | | .794 | | Valid |
| FR2 | | | | .799 | | Valid |
| FR3 | | | | .759 | | Valid |
| PR1 | | | | | .834 | Valid |
| PR2 | | | | | .848 | Valid |

Dari hasil faktor analisis ada beberapa item pertanyaan yang harus dikeluarkan karena tidak memenuhi persyaratan validitas. Pada tabel 4.8 dapat dilihat ada beberapa indikator yang memiliki korelasi ganda. Item pertanyaan ini harus dihilangkan. Adapun item pertanyaan yang harus dikeluarkan adalah item pertanyaan NP2, NP3, dan PP3.

4.4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas setiap konstruk dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dan *item-to-total correlation* yang berguna untuk memperbaiki pengukuran dengan mengeliminasi butir-butir yang kehadirannya akan memperkecil *Cronbach Alpha* (Purwanto, 2002). Dari hasil uji reliabilitas didapatkan nilai *cronbach alpha* pada semua konstruk lebih besar dari 0,7. Karena setiap konstruk memiliki nilai *Alpha* diatas 0.7 berarti semua konstruk telah memenuhi uji reliabilitas. Adapun hasil lengkap dari uji reliabilitas dengan menggunakan *cronbach alpha* pada tabel 4.12.

Tabel 4.12.
Hasil Analisis Reliability

| Variabel | Nilai Alpha | Alpha if item deleted | Reliability |
|--|-------------|--|-------------|
| Persepsi Kualitas KP1 KP2 KP3 KP4 KP5 | 0,8791 | 0,8463 0,8661 0,8536 0,8457 0,8562 | Reliabel |
| Persepsi Pengorbanan PP 1 PP 2 | 0,7598 | . . | Reliabel |
| Resiko Kinerja PR 1 PR 2 | 0,7770 | . . | Reliabel |
| Resiko Keuangan FR 1 | 0,7809 | 0,6803 | Reliabel |

| | | | |
|----------------|--------|--------|----------|
| FR 2 | | 0,7611 | |
| FR 3 | | 0,6581 | |
| Persepsi Nilai | 0,7854 | | Reliabel |
| NP 1 | | 0,7218 | |
| NP 4 | | 0,6456 | |
| NP 5 | | 0,7536 | |

4.5 Analisis Struktural Equation Modelling

Pengujian model yang diusulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode statistik multivariat *Structural Equation Model*. Karena menggunakan *treatment*, maka *treatment* yang ada diperlakukan sebagai variabel dummy supaya bisa dianalisis dengan menggunakan SEM. Penggunaan variabel dummy harga dilakukan dengan cara memberi kode 1 untuk kategori harga tinggi dan memberi kode 2 untuk kategori harga rendah. Variabel dummy citra merek dilakukan dengan cara memberi kode 1 untuk kategori merek yang dianggap bercitra tinggi dan kode 2 untuk kategori merek yang dianggap memiliki citra rendah. Variabel dummy citra garansi dilakukan dengan cara memberi kode 1 untuk kategori garansi yang dianggap lama dan kode 2 untuk citra garansi yang dianggap singkat. Variabel dummy citra negara asal dilakukan dengan memberi kode 1 untuk negara asal yang memiliki citra tinggi dan kode 2 untuk negara asal yang memiliki citra rendah.

Ada beberapa asumsi yang harus diperhatikan sebelum melakukan pengujian model struktural dengan pendekatan *structural equation modeling* yaitu sebagai berikut:

4.5.1 Asumsi Kecukupan Sampel

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 277 orang. Jumlah sampel tersebut dinilai telah memenuhi kriteria jumlah sampel minimal bagi penelitian yang

menggunakan alat statistik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan prosedur *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) yaitu sebesar 5 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. Berdasarkan model yang diusulkan pada output program AMOS 4.01 ditemukan bahwa parameter jumlah sampel minimal yang direkomendasikan adalah 140 responden. Karena jumlah sampel lebih besar dari 140 maka dapat dikatakan telah memenuhi asumsi kecukupan sampel.

4.5.2 Asumsi Normalitas

Nilai statistik untuk menguji normalitas tersebut *z value* (*Critical Ratio* atau C.R pada output AMOS 4.01) dari ukuran *skewness* dan *kurtosis* sebaran data. Bila nilai C.R lebih besar dari nilai kritis maka dapat diduga bahwa distribusi data tidak normal. Nilai kritis dapat ditentukan berdasarkan tingkat signifikansi 1% yaitu sebesar ± 2.58 . Hasil uji normalitas data terlihat bahwa secara *univariate*, konstruk *kurtosis* hampir mempunyai nilai C.R berada di bawah 2,58 yang berarti bahwa secara univariate sebaran data dianggap normal dan dapat digunakan untuk estimasi pada analisis selanjutnya. Sementara secara *multivariate* nilai C.R sebaran *kurtosis* menunjukkan 7,504 yang berarti data tidak berdistribusi normal *multivariate*. Hasil Uji Asumsi Normalitas secara lengkap dapat dilihat pada tabel 4.1.3 dibawah ini

Tabel 4.13 (Assessment of normality)

| | min | max | skew | c.r. | kurtosis |
|---------|-------|-------|--------|--------|----------|
| coo | | 1.000 | 2.000 | 0.152 | 1.0 |
| garansi | 1.000 | 2.000 | -0.196 | -1.331 | -1 |
| merek | 1.000 | 2.000 | -0.036 | -0.245 | -1 |
| harga | 1.000 | 2.000 | 0.079 | 0.540 | -1 |

| | | | | | | |
|--------------|-----|--------|-------|--------|--------|-------|
| | np5 | 1.000 | 5.000 | 0.397 | 2.697 | -0.1 |
| | np4 | 1.000 | 5.000 | 0.213 | 1.444 | -0.7 |
| | np1 | 1.000 | 5.000 | 0.086 | 0.586 | -0.1 |
| | fr3 | | 1.000 | 5.000 | -0.151 | -1.02 |
| | fr2 | | 1.000 | 5.000 | -0.027 | -0.18 |
| | fr1 | | 1.000 | 5.000 | -0.200 | -1.35 |
| | pr2 | | 1.000 | 5.000 | -0.146 | -0.99 |
| | pr1 | | 1.000 | 5.000 | -0.002 | -0.01 |
| | pp2 | 1.000 | 5.000 | 0.177 | 1.206 | -0.6 |
| | pp1 | 1.000 | 5.000 | 0.278 | 1.889 | -0.3 |
| | kp5 | 1.000 | 5.000 | 0.122 | 0.830 | 0.1 |
| | kp4 | 1.000 | 5.000 | -0.058 | -0.395 | -0.0 |
| | kp3 | 1.000 | 5.000 | 0.093 | 0.634 | 0.0 |
| | kp2 | 1.000 | 5.000 | -0.042 | -0.283 | 0.0 |
| | kp1 | 1.000 | 5.000 | 0.129 | 0.877 | -0.0 |
| Multivariate | | 25.473 | 7.504 | | | |

Walaupun dalam teknik estimasi *maximum likelihood* menyarankan sebaiknya asumsi normalitas terpenuhi, tetapi jika ternyata asumsi normalitas tidak semuanya terpenuhi, analisis selanjutnya masih bisa dilakukan karena teknik estimasi ini cukup *robust*, walaupun data tersebut sebarannya ada beberapa yang cenderung tidak normal. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang disajikan ada adanya dari penelitian yang berasal dari data primer berdasarkan jawaban responden yang sangat beragam sehingga sulit untuk memperoleh data yang mengikuti distribusi normal *multivariate* secara sempurna.

4.5.3 Asumsi *Outlier*

Dalam analisis *multivariate* adanya *outlier* dapat diuji dengan statistik *chi square* (χ^2) terhadap nilai *Mahalanobis distance squared* pada tingkat signifikansi 0,001 dengan *degree of freedom* sejumlah konstruk yang digunakan dalam penelitian (Hair *et. al.*,1998).

Outliers adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim yang memiliki karakteristik unik yang sangat berbeda dari observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk variabel tunggal maupun variabel kombinasi (Hair *et al.*, 1998). Umumnya perlakuan terhadap *outliers* adalah dengan mengeluarkannya dari data dan tidak diikutsertakan dalam perhitungan berikutnya. Menurut Ferdinand (2002), bila tidak terdapat alasan khusus untuk mengeluarkan *outliers*, maka observasi dapat diikutsertakan dalam analisis selanjutnya. *Outliers* dapat dievaluasi dengan nilai *Mahalanobis distance* dengan nilai *degree of freedom* sejumlah variabel yang dipergunakan dalam penelitian pada tingkat $p < 0.001$. Dalam hal ini variabel yang dimaksud adalah jumlah item pengukuran pada model. Dalam penelitian ini jumlah variabel yang digunakan sebanyak 15 variabel. Dengan demikian, apabila terdapat nilai *Mahalanobis distance* yang lebih besar dari $\chi^2(15, 0.001) = 37.697$ maka nilai tersebut adalah *outliers multivariate*. Pada Tabel 4.1.4. nilai observasi yang dianggap sebagai *outliers multivariate* adalah nilai yang tercetak tebal dan miring.

Tabel 4.14
Multivariate Outlier

| Observation number | Mahalanobis d-squared | p1 | p2 |
|-----------------------|--------------------------|--------------|--------------|
| 215 | 54.751 | 0.000 | 0.007 |
| 216 | 49.014 | 0.000 | 0.001 |
| 80 | 45.364 | 0.001 | 0.001 |
| 248 | 40.397 | 0.003 | 0.009 |
| 255 | 40.289 | 0.003 | 0.002 |
| 207 | 38.909 | 0.005 | 0.002 |
| 256 | 37.063 | 0.008 | 0.007 |
| 9 | 36.093 | 0.010 | 0.009 |
| | | | |
| | | | |

Berdasarkan kriteria nilai *Mahalanobis distance* tersebut, terdeteksi nilai yang dianggap *outliers* sebanyak 6 *outliers*. Namun demikian dari 6 *outliers* tersebut dipertimbangkan tidak seluruhnya merupakan nilai ekstrim yang sangat berbeda dari observasi lainnya. Hal ini tampak dari nilai-nilai *Mahalanobis distance* yang tidak berbeda terlalu jauh pada beberapa nilai *outliers* tersebut. Apabila mempertimbangkan bahwa nilai ekstrim tersebut dapat dideteksi dari adanya perbedaan (lonjakan) nilai *Mahalanobis distance* yang cukup besar maka nilai yang dianggap *outliers* hanya sebanyak 3 *outliers* yaitu observasi nomor 215, 216 dan 80. Dengan demikian tidak seluruh nilai *outliers* akan dikeluarkan dari analisis. Pada akhirnya, *outliers* diputuskan untuk tidak dibuang mengingat jika *outliers* tersebut dikeluarkan dari analisis maka nilai *goodness of fit*-nya justru akan mengalami penurunan dan tidak terjadi perubahan yang cukup signifikan pada nilai normalitas data. Hal ini didukung oleh dua langkah pengujian *outliers*. *Pertama*, jika 6 *outliers* dikeluarkan dari analisis, maka nilai *goodness of fit*-nya justru akan mengalami penurunan sehingga membuang 6 *outliers* dianggap bukan merupakan pilihan yang tepat. Dengan demikian jumlah sampel yang akan digunakan tetap sebanyak 277 sampel.

4.5.4 Asumsi *Goodness of Fit*

Hubungan hipotesis konstruk-konstruk penelitian pada model yang diajukan ditunjukkan hubungan kausal antar konstruk tersebut. Evaluasi nilai *goodness of fit* dari model struktural awal yang telah dilakukan disajikan pada Tabel 5.1.3. berikut:

Tabel 4.15
Hasil *Goodness of Fit* Model Struktural

| | Indeks | Nilai Kritis | Hasil | Keterangan |
|-----|--------------------------|---------------------|--------------|-------------------|
| 1. | χ^2 | Diharapkan | 328,125 | - |
| 2. | <i>Probability level</i> | < 0.05 | 0,000 | Baik |
| 3. | <i>df</i> | Positif | Positif | Baik |
| 4. | <i>CMIN/DF</i> | < 2.0 / < 3.0 | 2,344 | Baik |
| 5. | <i>GFI</i> | > 0.90 | 0,896 | Baik |
| 6. | <i>AGFI</i> | > 0.90 | 0,859 | Marginal |
| 7. | <i>CFI</i> | > 0.90 | 0,893 | Baik |
| 8. | <i>RMSEA</i> | < 0.08 | 0,070 | Baik |
| 9. | <i>RMR</i> | ≤ 0.03 | 0,080 | Marginal |
| 10. | <i>TLI</i> | ≥ 0.90 | 0,869 | Marginal |
| 11. | <i>NFI</i> | ≥ 0.90 | 0,830 | Marginal |

Nilai X^2 - *chi square* sebesar 328,125 dengan tingkat signifikansi 0.000 Berdasarkan analisis terhadap *goodness of fit* secara umum menunjukkan bahwa model pengukuran yang digunakan dapat diterima.

The Minimum Sample Discrepancy Function - *CMN/DF* merupakan indeks kesesuaian *parsimonious* yang mengukur hubungan *goodness of fit* model dan jumlah koefisien-koefisien estimasi yang diharapkan untuk mencapai tingkat kesesuaian. Dengan nilai yang direkomendasikan $CMIN/DF \leq 3.0$, menunjukkan model *fit* yang sangat baik.

Goodness of fit index – *GFI* mencerminkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan. Dengan tingkat penerimaan yang direkomendasikan $GFI \geq 0.90$, disimpulkan bahwa model memiliki *GFI* 0,896 mendekati 0,9 sehingga dapat dikatakan memiliki tingkat kesesuaian model yang baik.

Adjusted goodness of fit index – *AGFI* sebagai pengembangan indeks dari *GFI*, merupakan indeks yang telah disesuaikan dengan rasio *degree of freedom* model yang diusulkan dengan *degree of freedom* dari *null model*. Dengan nilai penerimaan yang direkomendasikan $AGFI \geq 0.90$, disimpulkan bahwa model memiliki *GFI* 0,859 mendekati 0,9 sehingga dapat dikatakan memiliki tingkat kesesuaian yang marginal.

Comparative Fit Index – CFI, indeks kesesuaian *incremental* yang membandingkan model yang diuji dengan *null model*. Dengan memperhatikan nilai yang direkomendasikan $CFI \geq 0.90$, nilai 0,893 menunjukkan model memiliki kesesuaian yang baik.

The Root Mean Square Error of Approximation – RMSEA, indeks yang digunakan untuk mengkompensasi *chi-square statistic* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai penerimaan yang direkomendasi $RMSEA \leq 0.08$, nilai 0,07 menunjukkan nilai kesesuaian yang sangat baik.

Sedangkan pada nilai *RMR* yang disyaratkan adalah sebesar ≤ 0.03 , nilai 0,08 menunjukkan nilai kesesuaian yang marginal

Tucker Lewis Index - TLI merupakan alternatif *incremental fit index* yang membandingkan model yang diuji dengan *baseline*. Nilai yang direkomendasikan sebagai tingkat kesesuaian yang baik $TLI \geq 0.90$, nilai 0,869 menunjukkan kesesuaian model yang marginal.

Normed Fit Index – NFI, membandingkan model yang diuji dengan *baseline model*. Dengan nilai penerimaan yang direkomendasikan $NFI \geq 0.90$, nilai 0,830 menunjukkan model ini memiliki nilai *fit* yang marginal.

Pengujian model menggunakan SEM juga mensyaratkan indikator-indikator yang digunakan pada masing-masing model harus mempunyai faktor *loading* yang tidak berbeda untuk masing-masing konstruk yang diestimasi. Berikut ini interpretasi faktor *loading* dari masing-masing konstruk.

Tabel 4.16

Regression Weight Model Pengukuran

| | <i>Unstandardized Estimate</i> | CR | <i>Standardized Estimate</i> |
|----------------------------|--------------------------------|-----------|------------------------------|
| Persepsi Kualitas → KP1 | 1.000 | | 0.815 |
| Persepsi Kualitas → KP2 | 0.736 | 12.214 | 0.701 |
| Persepsi Kualitas → KP3 | 0.808 | 13.635 | 0.766 |
| Persepsi Kualitas → KP4 | 0.911 | 14.479 | 0.805 |
| Persepsi Kualitas → KP5 | 0.856 | 13.596 | 0.764 |
| Persepsi Pengorbanan → PP1 | 1.000 | | 0.698 |
| Persepsi Pengorbanan → PP2 | 1.008 | 8.247 | 0.792 |
| Resiko Kinerja → PR1 | 1.000 | | 0.754 |
| Resiko Kinerja → PR2 | 1.117 | 7.240 | 0.832 |
| Resiko Keuangan → FR1 | 1.000 | | 0.746 |
| Resiko Keuangan → FR2 | 0.807 | 9.293 | 0.636 |
| Resiko Keuangan → FR3 | 1.168 | 10.723 | 0.800 |
| Persepsi Nilai → NP1 | 1.000 | | 0.729 |
| Persepsi Nilai → NP2 | 1.141 | 10.147 | 0.811 |
| Persepsi Nilai → NP3 | 0.921 | 9.574 | 0.678 |
| | | | |

Dari Tabel 4.16 dapat dianalisis tingkat signifikansi masing-masing indikator, yang diuji dengan membandingkan nilai *Critical Ratio (C.R.)* dengan nilai t-tabel. Nilai *C.R.* pada AMOS merupakan indikator signifikansi yang identik dengan nilai t-hitung pada analisis regresi. Faktor *loading* menunjukkan signifikan apabila nilai *C.R.* lebih

besar atau sama dengan nilai t-tabel ($C.R \geq t\text{-tabel}$). Peneliti lain bahkan juga mensyaratkan bahwa faktor *loading* harus lebih besar dari 0.40 disamping harus menunjukkan nilai C.R. yang lebih besar atau sama dengan nilai t-tabel (Zabkar, 2000)

Berdasarkan t-tabel, nilai t dengan *degree of freedom* 277 adalah sebesar 1.645 ($\alpha = 0.1$, *two-tailed*) dan 2.576 ($\alpha = 0.01$, *two-tailed*). Hasil analisis menunjukkan seluruh indikator memiliki faktor *loading* terhadap konstruk yang signifikan pada $\alpha = 0.01$ (*two-tailed*) karena nilai $C.R \geq$ nilai t-tabel.

Hasil-hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa butir-butir pengukuran yang digunakan memenuhi kriteria *construct validity* (Sekaran, 1992). Pada konstruk dengan indikator-indikator yang memiliki faktor *loading* yang signifikan membuktikan bahwa indikator-indikator tersebut merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur konstruk yang sama dan dapat memprediksi dengan baik konstruk yang seharusnya diprediksi (Hair *et al.*, 1998).

4.6 Interpretasi Awal dan Modifikasi Hubungan Kausalitas

Pengujian tingkat kesesuaian model pada SEM tidak menggunakan alat uji statistik tunggal. Berdasarkan kriteria *goodness of fit* (Tabel 4.16) dari model yang diestimasi didapatkan nilai kesesuaian yang baik pada nilai *CMIN/DF*, *GFI*, *CFI* dan *RMSEA* sedangkan pada nilai *AGFI*, *RMR*, *TLI* dan *NFI* menunjukkan nilai kesesuaian yang marginal. Namun demikian nilai kesesuaian marginal tersebut tidak jauh berbeda dengan nilai kesesuaian lainnya sehingga secara keseluruhan disimpulkan bahwa model struktural awal yang diestimasi dapat diterima. Berdasarkan Hasil *Goodness of fit* maka

diadakan pengujian model. Hipotesis yang merepresentasikan pengaruh suatu konstruk terhadap konstruk lain diuji dengan memeriksa apakah koefisien path (*regression weights estimate*) yang menghubungkan kedua konstruk tersebut signifikan pada taraf signifikansi 1.645 ($\alpha = 0.1$, *two tailed*), 2.576 ($\alpha = 0.01$, *two tailed*). Dimana hasil estimasi koefisien path (*regression weights estimate*) terhadap model yang diajukan setelah dilakukan modifikasi dengan program AMOS 4.01 bisa dilihat pada tabel 4.6.1 sebagai berikut:

Tabel 4.17
Regression Weights Model Struktural Awal

| Regression Weights: ----- | Estimate | S.E. | C.R. | Label |
|---------------------------------------|----------|-------|--------|-------|
| ----- | ----- | ----- | ----- | ----- |
| KualitasPersepsi <----- harga | 0.237 | 0.094 | 2.525 | |
| KualitasPersepsi <----- merek | 0.266 | 0.094 | 2.834 | |
| KualitasPersepsi <----- garansi | 0.216 | 0.094 | 2.286 | |
| KualitasPersepsi <----- coo | 0.203 | 0.094 | 2.169 | |
| PengorbananPersepsi <----- harga | 0.382 | 0.110 | 3.479 | |
| ResikoKinerja <-- KualitasPersepsi | -0.234 | 0.061 | -3.816 | |
| ResikoKeuangan <- PengorbananPersepsi | 0.590 | 0.080 | 7.365 | |
| ResikoKeuangan <----- ResikoKinerja | 0.184 | 0.072 | 2.564 | |
| NilaiPersepsi <----- ResikoKinerja | -0.467 | 0.090 | -5.193 | |
| NilaiPersepsi <---- ResikoKeuangan | -0.176 | 0.073 | -2.417 | |

Apabila dilihat pada pengujian model struktural awal didapatkan hasil pengujian yang signifikan untuk semua pengujian hipotesis. Pengaruh yang paling kuat adalah pengaruh persepsi pengorbanan terhadap resiko keuangan yang memiliki nilai CR terbesar yaitu 7,365. sementara pengaruh yang paling lemah adalah pengaruh citra negara asal (coo) terhadap Persepsi kualitas yang memiliki nilai CR sebesar 2,169. Meskipun hasil nilai kesesuaian model struktural awal disimpulkan dapat diterima, namun diketahui

bahwa nilai indeks modifikasi menunjukkan nilai yang cukup signifikan untuk dianalisis lebih lanjut.

Salah satu alat untuk menilai ketepatan sebuah model yang dispesifikasi adalah melalui indeks modifikasi yang dihitung oleh SEM pada masing-masing hubungan antar konstruk yang tidak diestimasi. Indeks modifikasi memberikan gambaran mengenai pengurangan nilai χ^2 bila sebuah koefisien diestimasi. Sebuah indeks modifikasi ≥ 4.0 (Arbuckle, 1999 seperti dikutip oleh Ferdinand, 2002) memberikan indikasi bahwa bila koefisien tersebut diestimasi, maka akan terjadi pengecilan atau penurunan nilai χ^2 yang signifikan. Namun demikian pemodifikasian model yang ditandai dengan penambahan alur panah baru pada diagram *path* hanya dapat dilakukan bila mempunyai dukungan atau justifikasi yang cukup secara teoritis.

Dalam memodifikasi, seluruh *path* yang tidak signifikan dihilangkan terlebih dahulu dari model (McCallum, 1986 seperti dikutip oleh Brown & Peterson, 1994, Hox & Bechger, 1998). Perubahan yang dilakukan pada model yaitu *pertama*, menghilangkan jalur pada hubungan konstruk yang tidak signifikan dengan membuang jalur tersebut dari model/perhitungan tersebut dan *kedua*, menambahkan jalur modifikasi pada hubungan konstruk yang bisa memperbaiki kesesuaian model dengan data (Hox & Bechger, 1998).

Meskipun indeks modifikasi menunjukkan beberapa kemungkinan pemodifikasian *path*, pemodifikasian model dilakukan dengan menganalisis satu persatu indeks modifikasi yang muncul pada *output* AMOS. Hal ini karena indeks modifikasi dapat berubah dengan adanya penambahan alur panah baru sehingga indeks yang semula masih signifikan dalam mempengaruhi model dapat menjadi tidak signifikan. Bahkan indeks modifikasi yang semula tidak signifikan dalam mengubah model, nilainya dapat

meningkat sehingga justru perlu dianalisis lebih lanjut. Adapun nilai modifikasi yang muncul pada masing-masing model struktural ditunjukkan oleh Tabel 4.18

Tabel 4.18
Indeks Modifikasi Model Struktural

| Regression Weights: | M.I. | Par Change |
|--|--------|------------|
| ResikoKinerja <--- PengorbananPersepsi | 34.125 | 0.345 |
| PengorbananPersepsi <--- ResikoKinerja | 33.138 | 0.551 |
| NilaiPersepsi <----- garansi | 5.452 | 0.198 |
| NilaiPersepsi <---- KualitasPersepsi | 35.825 | 0.355 |
| | | |
| | | |

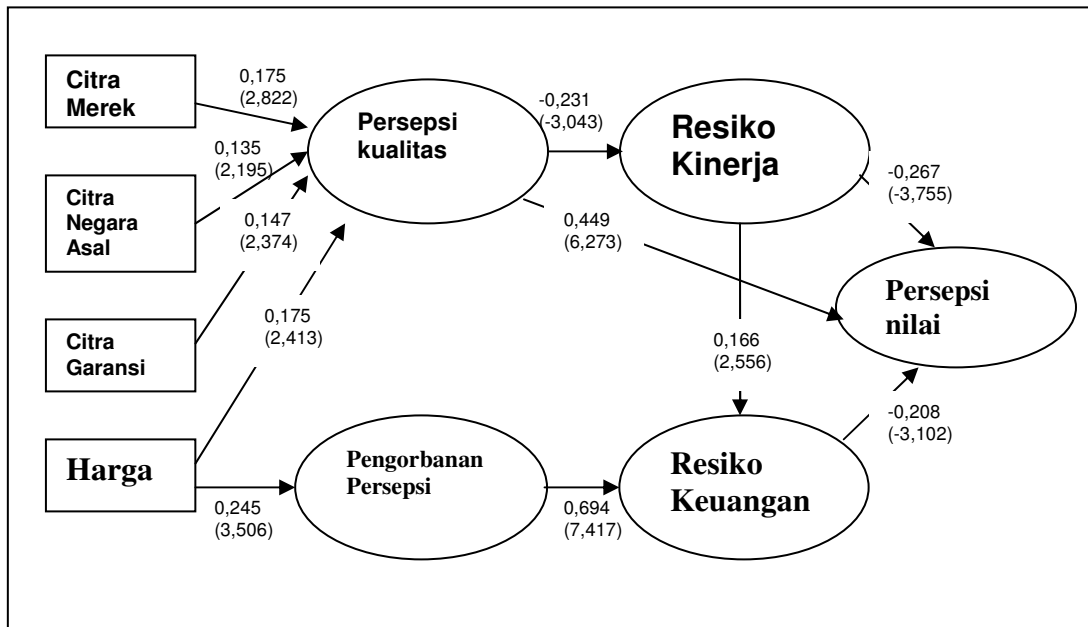
Pemodifikasian model dilakukan agar data lebih tepat dan akurat mencerminkan model (McCallum, 1986 seperti dikutip oleh Brown & Peterson, 1994). Dengan mempertimbangkan nilai-nilai indeks modifikasi tersebut maka disimpulkan bahwa perlu dilakukan pemodifikasian model struktural karena dimungkinkan adanya hubungan kausal antar konstruk yang belum diakomodasi dalam model struktural awal. Dalam penelitian kali ini, dimungkinkan adanya pengaruh langsung antara beberapa konstruk. Pengaruh langsung beberapa konstruk tersebut dapat dilihat pada pengaruh konstruk yang memiliki nilai indeks yang disyaratkan $MI \geq 4,00$. modifikasi dilakukan dengan mempertimbangkan dasar teori yang mendukung adanya hubungan kausalitas yang dimungkinkan.

Modifikasi : Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Persepsi Nilai

Penulis memilih modifikasi pada jalur pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Persepsi Nilai. Persepsi Kualitas berpengaruh secara positif terhadap Persepsi Nilai. Temuan

didukung oleh penelitian Dodds, Monroe, dan Grewal (1991), Grewal, Krishnan dan Borin (1998) dan Maxwell (2001). Hasil temuan mereka menunjukkan adanya hubungan pengaruh yang kuat antara Persepsi kualitas terhadap Persepsi nilai. Adapun model modifikasi yang disajikan dapat dilihat pada gambar 4.1

Gambar 4.1.
Model Struktural Modifikasi



Berikut adalah Struktur SEM yang ada :

$$kp1 = (1)KualitasPersepsian + (1)ekp1$$

$$kp2 = kualitaspersepsian + (1)ekp2$$

$$kp3 = kualitaspersepsian + (1)ekp3$$

$$kp4 = kualitaspersepsian + (1)ekp4$$

$$kp5 = kualitaspersepsian + (1)ekp5$$

$$pp1 = (1)PengorbananPersepsian + (1)epp1$$

$$pp2 = PengorbananPersepsian + (1)epp2$$

$$pr1 = (1)RisikoKinerja + (1)epr1$$

$$pr2 = \text{RisikoKinerja} + (1)epr2$$

$$fr1 = (1)\text{RisikoKeuangan} + (1)efr1$$

$$fr2 = \text{RisikoKeuangan} + (1)efr2$$

$$fr3 = \text{RisikoKeuangan} + (1)efr3$$

$$np1 = (1)\text{NilaiPersepsian} + (1)enp1$$

$$np4 = \text{NilaiPersepsian} + (1)enp4$$

$$np5 = \text{NilaiPersepsian} + (1)enp5$$

$$\text{kualitaspersepsian} = \text{harga} + \text{merek} + \text{garansi} + \text{coo} + (1)zkpe$$

$$\text{pengorbananpersepsian} = \text{harga} + (1)Zppe$$

$$\text{risikokinerja} = \text{kualitaspersepsian} + (1)Zrki$$

$$\text{risikokeuangan} = \text{pengorbananpersepsian} + \text{risikokinerja} + (1)Zrku$$

$$\text{NilaiPersepsian} = \text{RisikoKinerja} + \text{Risikokeuangan} + (1)Znpe$$

4.7 Interpretasi Model Struktural Modifikasi

4.7.1. Pengujian *Goodness of Fit* Model Struktural Modifikasi

Dengan memperhatikan hasil analisis modifikasi seperti terlihat pada Gambar 4.1., Perbandingan kriteria *goodness of fit* dari model revisi yang diestimasi dengan model awal dapat dilihat dalam Tabel 4.1.4.

Tabel 4.19

***Goodness of Fit* Model Struktural Modifikasi**

| | Indeks | Nilai Kritis | Model Awal | Model Modifikasi | Keterangan |
|-----|--------------------------|------------------|------------|------------------|------------|
| 1. | χ^2 | Diharapkan kecil | 328,125 | 283,551 | - |
| 2. | <i>Probability level</i> | < 0.05 | 0.000 | 0.000 | - |
| 3. | <i>df</i> | Positif | Positif | Positif | - |
| 4. | <i>CMIN/DF</i> | < 2.0 / < 3.0 | 2.344 | 2.040 | Meningkat |
| 5. | <i>GFI</i> | > 0.90 | 0.896 | 0.909 | Meningkat |
| 6. | <i>AGFI</i> | > 0.90 | 0.859 | 0.876 | Meningkat |
| 7. | <i>CFI</i> | > 0.90 | 0.893 | 0.918 | Meningkat |
| 8. | <i>RMSEA</i> | < 0.08 | 0.070 | 0.061 | Meningkat |
| 9. | <i>RMR</i> | ≤ 0.03 | 0,080 | 0,062 | Meningkat |
| 10. | <i>TLI</i> | ≥ 0.90 | 0,869 | 0,899 | Meningkat |
| 11. | <i>NFI</i> | ≥ 0.90 | 0.830 | 0,853 | Meningkat |

Dari tabel 4.1.4. dibandingkan dengan tabel 4.7.1 dapat dilihat adanya peningkatan yang lebih baik pada semua kriteria *goodness of fit*. Karena semua kriteria *goodness of fit* mengalami peningkatan yang lebih baik, maka dalam analisa selanjutnya yang digunakan adalah analisa model struktural modifikasi dengan menambahkan hubungan kausalitas antara Persepsi kualitas terhadap Persepsi nilai.

4.7.2. Evaluasi Hubungan Kausal Model Struktural Modifikasi

Setelah kriteria *goodness of fit* dapat terpenuhi atas model struktural yang diestimasi, selanjutnya analisis terhadap hubungan-hubungan struktur model (pengujian hipotesis) dapat dilakukan. Hubungan antar konstruk dalam hipotesis ditunjukkan oleh nilai *standardized regression weights*. Berdasarkan output SEM, *degree of freedom* yang digunakan sebesar 277.

Pengujian hipotesis dilakukan *pertama*, dengan menganalisa tingkat signifikansi hubungan kausalitas antar konstruk dalam model yang didasarkan pada nilai C.R. (t-hitung) yang lebih besar dari atau sama dengan nilai t-tabel ($t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$). *Kedua*, dengan melihat *standardized structural (path) coefficients* dari setiap hipotesis terutama pada kesesuaian arah hubungan *path* dengan arah hubungan yang telah dihipotesiskan

sebelumnya. Jika arah hubungan sesuai dengan yang dihipotesiskan dan nilai *critical ratio*-nya juga memenuhi persyaratan maka dapat dikatakan bahwa hipotesis yang diuji mendapat dukungan yang kuat. Nilai kritis yang digunakan adalah nilai t-tabel dengan *degree of freedom* 277 yaitu sebesar 1.645 ($\alpha = 0.01$, *two tailed*), 2.576 ($\alpha = 0.01$, *two tailed*). Adapun hasil pengujian hubungan kausalitas secara lengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.20

Tabel 4.20
Hasil Pengujian Model Struktural Modifikasi

| Keterangan | <i>Unstandardized Estimate</i> | <i>C.R.</i> | <i>Standardized Estimate</i> |
|---|--------------------------------|---------------------|------------------------------|
| KualitasPersepsi ← Harga | 0,226 | 2,413 ^a | 0,149 |
| KualitasPersepsi ← Merek | 0,264 | 2,822 ^b | 0,175 |
| KualitasPersepsi ← Garansi | 0,223 | 2,374 ^a | 0,147 |
| KualitasPersepsi ← NegaraAsal | 0,205 | 2,195 ^a | 0,135 |
| PengorbananPersepsi ← Harga Persepsi | 0,385 | 3,506 ^b | 0,245 |
| ResikoKinerja ← KualitasPersepsi | -0,183 | -3,043 ^b | -0,231 |
| ResikoKeuangan ← PengorbananPersepsi | 0,595 | 7,417 ^b | 0,694 |
| ResikoKeuangan ← ResikoKinerja | 0,187 | 2,556 ^a | 0,166 |
| NilaiPersepsi ← KualitasPersepsia | 0,406 | 6,273 ^b | 0,449 |
| NilaiPersepsi ← ResikoKinerja | -0,306 | -3,755 ^b | -0,267 |
| NilaiPersepsi ← ResikoKeuangan | -0,211 | -3,102 ^b | -0,208 |
| Keterangan ^a → signifikan pada $\alpha = 0.1$ ^b → signifikan pada $\alpha = 0.01$ | | | |

Peran Harga, Citra Merek, Citra Garansi dan Citra Negara Asal sebagai Indikator yang mempengaruhi Persepsi Kualitas

H_{1a}: Harga berpengaruh secara positif terhadap Persepsi kualitas.

Berdasarkan hasil analisa model struktural yang menguji hubungan pengaruh antara Harga dengan Kualitas Merek Persepsi didapatkan hasil nilai CR sebesar 2.413 dengan nilai SE sebesar 0.149. Karena nilai CR > dari ± 1,645 maka menunjukkan bahwa hipotesis 1a

diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.1$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Positif antara Tingkat Harga dengan Persepsi Kualitas. Semakin tinggi tingkat Harga, maka semakin tinggi Persepsi kualitas. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Rao dan Monroe (1989), Agarwal dan Teas (2001), Verma dan Gupta (2004)

Ketika konsumen mengevaluasi suatu produk baru, pada umumnya mereka memiliki sedikit pengalaman atau pengetahuan terbatas tentang produk baru tersebut. Penelitian Doods et al (1991), Rao dan Monroe (1989), dan Tellis dan Gaeth (1990) dalam Taylor dan Bearden (2002), menemukan bahwa ketika konsumen mengevaluasi produk baru dan mereka hanya memiliki sedikit pengalaman atau pengetahuan yang terbatas tentang produk baru tersebut, maka konsumen tersebut akan menggunakan harga sebagai petunjuk tentang kualitas. Pada Produk Sepeda motor yang diteliti ini Responden melihat bahwa kualitas produk tergantung pada tingkat harga produk tersebut. Semakin tinggi harga, semakin tinggi persepsi mereka terhadap kualitas produk tersebut, sebaliknya semakin rendah harga produk, maka responden mempersepsikan kualitas produk itu semakin rendah. Verma dan Gupta yang juga menemukan adanya pengaruh hubungan positif yang kuat antara harga terhadap Persepsi kualitas pada *durable product* dan *semi durable product*. Meskipun demikian, hubungan positif yang kuat tidak terjadi pada *non durable product*. Hal ini timbul karena *non durable product* yang dipakai tidak memiliki resiko tinggi sehingga konsumen tidak menjadikan harga sebagai indikator kualitas. Kuat tidaknya hubungan pengaruh antara harga dengan Persepsi kualitas tergantung pada tingkat resiko yang dimiliki oleh produk. Resiko ini akan berdampak pada keterlibatan konsumen pada saat melakukan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Produk Sepeda motor yang oleh konsumen dipersepsikan masih memiliki

resiko yang tinggi sehingga konsumen cenderung berhati hati dalam melakukan pembelian produk sepeda motor. Resiko yang tinggi ini akan berdampak pada *involvement* konsumen yang tinggi pada saat akan melakukan pembelian sepeda motor.

H₂: Citra Merek berpengaruh secara positif terhadap Persepsi Kualitas.

Berdasarkan hasil analisa model struktural yang menguji hubungan pengaruh antara Citra Merek dengan Persepsi Kualitas didapatkan hasil nilai CR sebesar 2.822 dengan nilai SE sebesar 0.175. Karena nilai CR > dari $\pm 2,576$ maka menunjukkan bahwa hipotesis 2 diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,01$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Positif antara Citra Merek dengan Persepsi Kualitas. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Rao dan Monroe (1989), Agarwal dan Teas (2001), yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara citra merek dengan Persepsi Kualitas. Merek yang memiliki citra kuat dalam benak konsumen akan memiliki persepsi kualitas yang bagus pula. Hal ini disebabkan karena citra merek yang kuat muncul dengan adanya pengalaman konsumen setelah menggunakan produk merek tertentu. Adanya kepuasan konsumen yang terakumulasi akan menyebabkan menguatnya citra merek. Citra merek yang kuat tidak bisa dibangun hanya dengan melalui promosi saja akan tetapi juga dibangun melalui pengalaman paska pembelian. Kepuasan konsumen setelah menggunakan suatu produk akan menguatkan citra merek produk tersebut.

H₃: Citra Negara asal berpengaruh secara positif terhadap Persepsi kualitas.

Berdasarkan hasil analisa model struktural yang menguji hubungan pengaruh antara Citra Negara Asal dengan Persepsi Kualitas didapatkan hasil nilai CR sebesar 2.195 dengan

nilai SE sebesar 0.135. Karena nilai CR > dari $\pm 1,645$ maka menunjukkan bahwa hipotesis 3 diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Positif antara Citra Negara Asal dengan Persepsi Kualitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Maxwell (2001) yang menunjukkan hubungan yang kuat antara citra negara asal dengan Persepsi kualitas pada produk kategori high involvement. Meskipun demikian, pengaruh citra negara asal termasuk yang paling kecil dibandingkan dengan indikator lain. Citra negara asal yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan negara asal yang memiliki citra sangat tinggi dan citra yang sangat rendah dan tidak memasukkan citra negara asal yang moderat. Meskipun ada perbedaan dengan penelitian Maxwell (2001) mengenai tingkatan citra negara asal yang dipakai, namun secara umum temuan yang dihasilkan hampir serupa dengan adanya pengaruh positif citra negara asal terhadap Persepsi kualitas produk.

H₄: Citra Garansi berpengaruh secara positif terhadap Persepsi kualitas.

Berdasarkan hasil analisa model struktural yang menguji hubungan pengaruh antara Citra Garansi dengan Persepsi Kualitas didapatkan hasil nilai CR sebesar 2.374 dengan nilai SE sebesar 0.147. Karena nilai CR > dari $\pm 1,645$ maka menunjukkan bahwa hipotesis 4 diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Positif antara Citra Garansi dengan Persepsi Kualitas. Temuan ini sejalan dengan penelitiannya Purohit dan Srivastava (2001) yang menguji pengaruh garansi dan reputasi perusahaan pemberi garansi terhadap Persepsi kualitas. Garansi merupakan bentuk perlindungan yang diberikan produsen kepada konsumen terkait untuk mengurangi resiko yang melekat pada produk. Garansi yang ditawarkan bisa bermacam macam, namun

umumnya yang diberikan kepada konsumen adalah dalam bentuk *service-sparepart* dan *full warranty* (rusak diganti) selama jangka waktu tertentu. Garansi yang lama identik dengan jaminan keamanan yang lebih tinggi. Bagi konsumen, penilaian mereka akan garansi yang diberikan akan membentuk citra garansi produk/jasa. Citra garansi ini akan mempengaruhi Persepsi kualitas produk atau jasa. Semakin tinggi citra garansi maka semakin tinggi kualitas yang dipersepsikan terhadap produk/jasa. Apalagi pada produk yang memiliki resiko tinggi. Pengaruh garansi sebagai indikator kualitas akan sangat kuat. Temuan yang serupa juga ada pada penelitiannya Boulding dan Kirmani (1993) yang menemukan adanya peran citra garansi sebagai indikator dari kualitas. Konsumen akan menggunakan garansi sebagai indikator kualitas manakala konsumen tidak yakin dengan kualitas produk. Garansi merupakan bentuk perlindungan yang diberikan kepada konsumen yang mungkin muncul karena adanya kegagalan produk.

Peran Harga Sebagai Indikator Persepsi pengorbanan

H_{1b}: Harga berpengaruh secara positif terhadap pengorbanan yang dipersepsikan.

Berdasarkan hasil analisa model struktural yang menguji hubungan pengaruh antara Harga dengan persepsi pengorbanan didapatkan hasil nilai CR sebesar 3.505 dengan nilai SE sebesar 0.245. Karena nilai CR > dari $\pm 2,576$ maka menunjukkan bahwa hipotesis 1b diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,01$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Positif antara Harga dengan Persepsi pengorbanan. Hubungan pengaruh yang timbul merupakan hubungan yang kuat karena signifikan pada $\alpha = 0,01$. Temuan sejalan dengan temuan Rao dan Monroe (1989), Agarwal dan Teas (2001). Harga disamping sebagai indikator kualitas juga berperan sebagai indikator dari persepsi pengorbanan. Nilai

CR yang tinggi mengindikasikan kuatnya pengaruh harga terhadap persepsi pengorbanan. Pada saat harga meningkat maka persepsi pengorbanan akan meningkat.

Persepsi Kualitas, Persepsi Pengorbanan dan Persepsi Resiko

H₅: Persepsi Kualitas berpengaruh secara negatif terhadap resiko kinerja.

Berdasarkan hasil analisa model struktural yang menguji hubungan pengaruh antara Persepsi Kualitas dengan Resiko Kinerja didapatkan hasil nilai CR sebesar -3.043 dengan nilai SE sebesar -0.231. Karena nilai CR < dari -2,576 maka menunjukkan bahwa hipotesis 5 diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,01$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Negatif antara Persepsi Kualitas dengan Resiko Kinerja. Hubungan pengaruh negatif yang timbul merupakan hubungan yang kuat karena signifikan pada $\alpha = 0,01$.

Temuan ini sejalan dengan temuan Sweeney, Soutar dan Johnson (1999), Agarwal dan Teas (2001) yang menemukan adanya hubungan negatif antara kualitas dan resiko. Semakin tinggi kualitas yang dipersepsikan maka akan semakin rendah resiko yang dipersepsikan terhadap produk/jasa. Lebih jauh temuan yang dihasilkan oleh Sweeney et al. (1999) menunjukkan hubungan negatif yang sangat kuat antara Persepsi kualitas terhadap resiko kinerja pada produk dengan kategori *high involvement*. Konsumen mendasarkan diri pada Persepsi kualitas untuk membentuk persepsi resiko terhadap suatu produk.

H₆: Persepsi pengorbanan berpengaruh secara positif terhadap resiko keuangan.

Berdasarkan hasil analisa model struktural yang menguji hubungan pengaruh antara Persepsi pengorbanan dengan Resiko Keuangan didapatkan hasil nilai CR sebesar 7.417 dengan nilai SE sebesar 0.694. Karena nilai CR > dari 2,576 maka menunjukkan bahwa

hipotesis 6 diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,01$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Positif antara Persepsi pengorbanan dengan Resiko Keuangan. Hubungan pengaruh positif yang timbul merupakan hubungan yang kuat karena signifikan pada $\alpha = 0,01$. Temuan ini sejalan dengan temuan Agarwal dan Teas (2001) yang menemukan hubungan positif antara persepsi pengorbanan. Semakin tinggi pengorbanan yang dipersepsikan terhadap produk maka semakin tinggi resiko keuangan dari produk tersebut. Semakin sulit untuk mendapatkan produk berarti semakin banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut. Hal ini juga berlaku pada produk kategori *low involvement* (Agarwal dan Teas 2001). Pengaruh yang kuat dengan nilai CR yang besar menunjukkan adanya peranan persepsi pengorbanan sebagai prediktor dari resiko keuangan. Segala bentuk pengorbanan yang harus dilakukan identik dengan biaya yang harus dikeluarkan.

H₇: Resiko kinerja berpengaruh secara positif terhadap resiko keuangan.

Berdasarkan hasil analisa model struktural yang menguji hubungan pengaruh antara Persepsi pengorbanan dengan Resiko Keuangan didapatkan hasil nilai CR sebesar 2.556 dengan nilai SE sebesar 0.166. Karena nilai CR > dari 1,645 maka menunjukkan bahwa hipotesis 7 diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Positif antara Persepsi pengorbanan dengan Resiko Keuangan. Temuan ini sejalan dengan temuan Sweeney et al. (1999) yang menemukan adanya hubungan positif antara resiko kinerja terhadap resiko keuangan. Resiko kinerja merupakan bentuk ketidakpastian apakah produk akan bekerja baik. Kalau produk tidak bekerja dengan baik maka akan berdampak pada meningkatnya biaya yang harus dikeluarkan untuk

memperbaiki produk tersebut. Biaya ini merupakan bentuk dari resiko keuangan yang melekat pada produk. Semakin tinggi resiko kinerja berarti semakin tinggi pula resiko keuangan.

Persepsi resiko dan Persepsi nilai

H₈: Resiko kinerja berpengaruh secara negatif terhadap persepsi nilai.

Berdasarkan hasil analisa model struktural yang menguji hubungan pengaruh antara Resiko Kinerja dengan Persepsi nilai didapatkan hasil nilai CR sebesar -3.755 dengan nilai SE sebesar -0.267. Karena nilai CR < dari -2,576 maka menunjukkan bahwa hipotesis 8 diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh negatif antara Resiko Kinerja dengan Persepsi nilai.

H₉: Resiko keuangan berpengaruh secara negatif terhadap persepsi nilai.

Berdasarkan hasil analisa model struktural yang menguji hubungan pengaruh antara Resiko Keuangan dengan Persepsi nilai didapatkan hasil nilai CR sebesar -3.102 dengan nilai SE sebesar -0.208. Karena nilai CR < dari -2,576 maka menunjukkan bahwa hipotesis 9 diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh negatif antara Resiko Keuangan dengan Persepsi nilai.

Resiko kinerja dan resiko keuangan merupakan dimensi dari persepsi resiko. Sweeney et al. (1999) menemukan adanya pengaruh negatif antara Persepsi kualitas dengan persepsi resiko dan pengaruh negatif antara persepsi resiko dengan persepsi nilai. Temuan ini sejalan dengan temuan Agarwal dan Teas (2001) yang menemukan adanya hubungan negatif antara Persepsi kualitas terhadap persepsi resiko dan hubungan negatif antara persepsi resiko terhadap persepsi nilai. Semakin tinggi Persepsi kualitas maka

semakin rendah persepsi resiko yang akan berdampak pada semakin tingginya persepsi nilai produk. Persepsi nilai merupakan trade-off antara manfaat dan pengorbanan yang diPersepsi melekat pada produk. Manfaat bisa dilihat dari Persepsi kualitas produk sedangkan pengorbanan bisa dilihat dari resiko yang melekat pada produk.

Modifikasi: Persepsi Kualitas Berpengaruh secara Positif terhadap Persepsi nilai.

Berdasarkan hasil analisa model struktural yang menguji hubungan pengaruh antara Persepsi Kualitas dengan Persepsi nilai didapatkan hasil nilai CR sebesar 6.273 dengan nilai SE sebesar 0.449. Karena nilai CR > dari 2,576 maka menunjukkan bahwa Modifikasi Hipotesis diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.01$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif antara Persepsi kualitas dengan Persepsi nilai. Temuan ini sejalan dengan temuan Zeithaml (1998), Rao dan Monroe (1989), Agarwal dan Teas (2001)

Zeithaml (1988) mendefinisikan persepsi nilai sebagai suatu *trade-off* antara persepsi kualitas dengan pengorbanan moneter yang dilakukan dan secara teoretis bisa dideskripsikan sebagai rasio persepsi kualitas : Persepsi Harga. Konseptualisasi persepsi nilai menunjukkan evaluasi menyeluruh akan nilai jangka panjang (*long-term worth*) dan terdiri dari *perceived net gain* pembeli dari akuisisi input gabungan antara harga Persepsi dan persepsi kualitas. Kualitas Persepsi merupakan input dalam penilaian persepsi nilai. Persepsi kualitas menunjukkan persepsi yang berkaitan dengan superioritas produk, sedangkan persepsi nilai menunjukkan kelayakan nilai (*worth*) dari suatu produk dalam hal apa yang dikorbankan dibandingkan dengan apa yang diperoleh (Zeithaml, 1988; Grewal et al, 1998, Monroe dan Khrisnan, 1985 dalam Taylor dan Bearden, 2002). Pada

produk sepeda motor yang diteliti, persepsi kualitas lebih menunjukkan pada superioritas produk yang menjadi sumber dari kelayakan suatu produk. Produk yang dipandang berkualitas tinggi akan memiliki nilai yang tinggi pula dimata konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Dapat disimpulkan bahwa hubungna positif antara atribut yang ada menunjukkan adanya peran harga, citra merek, citra garansi dan cutra negara asal sebagai indikator kualitas. Temuan ini sama dengan apa yang ditemukan oleh Monroe.
2. Pada hasil pengolahan data kuesioner yang mengindikasikan bahwa persepsi kualitas sebuah produk yang baik akan membuat persepsi resiko yang rendah dimata konsumen dan memberikam persepsi nilai yang tinggi bagi konsumen tersebut .
3. Persepsi pengorbanan berpengaruh positif terhadap persepsi resiko keuangan. Semakin tinggi pengorbanan yang dipersepsikan untuk mendapatkan produk/jasa maka semakin tinggi pula persepsi resiko keuangan produk. Hal atau temuan ini sesuai dengan temuan Monroe, dan juga Agarwal dan Teas.
4. Persepsi resiko kinerja berpengaruh negatif terhadap persepsi nilai. Semakin tinggi resiko kinerja maka semakin rendah persepsi nilai produk. Semakin rendah persepsi kinerja maka persepsi nilai yang dimiliki oleh konsumen semakin tinggi.

5.2 Keterbatasan dan Saran Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, Penelitian ini tidak meneliti mengenai citra toko dan indikator lain sebagai indikator kualitas. Perlu dikembangkan penelitian yang menggunakan indikator lain sebagai indikator kualitas misalnya *advertising*, *packaging*, Komposisi produk, reputasi perusahaan, *time pressure* dan indikator lain. Kedua, Penelitian ini hanya meneliti dua dimensi dari persepsi resiko yaitu resiko kinerja dan resiko keuangan, perlu dikembangkan penelitian yang meneliti dimensi lain dari persepsi resiko misalnya resiko psikologis dan resiko fisik. Ketiga, penelitian ini hanya menggunakan 1 produk untuk menilai hubungan kualitas. Untuk menilai peran indikator kualitas akan lebih tepat kalau menggunakan beberapa produk dalam kategori yang sama sebagai pembandingan sehingga didapatkan hasil yang lebih tepat.

Daftar Pustaka

- Aaker, David, Kumar, A. V. dan George S. Day (1997), *Marketing Research*, 6th ed, John Willey and Sons, Inc.
- Agarwal, Sanjeev dan Teas, R. Kenneth (2001), "Perceives Value: Mediating Role of Perceived Risk," *Journal of Marketing Theory & Practice*, 9(4), 1-13.
- _____,_____(2000), "The Effect of Extrinsic Product Cues on Consumers' Perceptions of Quality, Sacrifice and Value," *Journal of Academy Marketing Science*, 28(2), 278-290.
- Boedijoewono, N. (1999), *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*, Yogyakarta: AMP YKPN.
- Boulding,W., dan A. Kirmani (1993). "A consumer-side experimental examination of signaling theory: Do consumers perceive warranties as signals of quality?" *Journal of Consumer Research*, 20, 111–123.
- Chapman, J. dan R. Wahlers (1999), "A Revision and Empirical Test of The Extended Price-Perceived Quality Model," *Journal of Marketing Theory & Practice*, 7(3), 53-64.
- Chech, T.Y. dan D. .T. Kao (2004), "The Moderating Effects of Consumer Perception to the Impacts of Country of Design on Perceived Quality," *The Journal of American Academy of Business*, 70-74.


- Degeratu, A.M., Rangaswamy, A. dan Jianan, Wu (2000), "Consumer Choice behavior in Online and Traditional Supermarkets: The Effects of Brand Name, Price, and Other Search Attributes," *International Journal of Research in Marketing*, 17, 55-78.
- Hair, J.F.Jr., *et al* (1998), *Multivariate Data Analysis*, Upper Saddle River, New Jersey, Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P. (2003), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 13th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Monroe, K.B. (2003), *Pricing: Making Profitable Decissions*, 3rd edition. New York: McGraw-Hill.
- Purohit, D., dan J. Srivastava (2001), "Effect if Manufacturer Reputation, Retailer Reputation and Product Warranty on Consumer Judgements of Product Quality; A Cue Diagnosticity Framework," *Journal of Consumer Psychology*, 10 (3), 123-134.
- Rangkuti, Fredy (2002), *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, Singgih (2000), *SPSS: Mengolah Data Statistik Secara Profesional*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- _____(2002), *Buku Latihan SPSS: Statistik Multivariat*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sekaran, Uma (2000), *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, 3rd Ed, New York, John Willey & Sons, Inc.

Lampiran 1
Kuesioner Penelitian

KUESIONER MANIPULATION CHECK

| | |
|---------------------------------------|------------------------------|
| NAMA : _____ NIM : _____ | |
| Jenis Kelamin | Pria Wanita |
| 1. Apakah anda memiliki sepeda motor? | ya tidak |

Honda



Spesifikasi Produk

Tipe Mesin : 4 Langkah, SOHC 4klep
Pendinginan : Cairan
Volume : 135 CC
Perbandingan kompresi : 10,9:1
Karburator : Mikuni VM 22 x 1
Tipe Rangka : Diamond Frame
Suspensi Depan : Telescopic Fork
Suspensi belakang : Tunggal, Monocross
Rem depan : Cakram tunggal 220 mm
Rem Belakang : Tromol Non Abestos
Kapasitas tangki: 4 Liter

HARGA: RP 15.000.000,-

Garansi 3 TAHUN

Made in Indonesia

Saudara dimohon melingkari angka yang sesuai dengan pandangan saudara terhadap kualitas yang anda persepsikan terhadap produk didalam tampilan iklan diatas.

| NO | KETERANGAN | TANGGAPAN | | |
|-----|---|-----------|--|-------|
| Mc1 | Harga Produk ini termasuk | Mahal | | Murah |
| Mc2 | Merek Produk ini | Jelek | | Bagus |
| Mc3 | (dibandingkan dgn China, Thailand, Jepang), Negara produk (Made in) ini memiliki reputasi yang paling | Jelek | | Bagus |
| Mc4 | Garansi produk ini termasuk | Singkat | | Lama |

| | | |
|------|---|--|
| KODE | A | |
|------|---|--|

KUESIONER UTAMA PENELITIAN

DATA RESPONDEN

Silakan menjawab pertanyaan terakhir berikut dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai untuk membantu mengklasifikasi tanggapan Anda.

| | |
|--------------------------|--|
| NAMA : _____ NIM : _____ | |
| Jenis Kelamin | Pria Wanita |
| Usia | _____th |
| Pendidikan Saat ini | D3 S1 S2 |

| | | |
|----|---|---|
| 2. | Apakah anda memiliki sepeda motor? | ya tidak |
| 3. | Kalau ya, sepeda motor yang anda pakai saat ini : | HONDA YAMAHA SUZUKI Lain-lain |
| 4. | Berapa kali anda berganti sepeda motor? | Tidak Pernah 1 Kali 2 Kali 3 Kali Lebih dari 3 kali |

Honda



Spesifikasi Produk

Tipe Mesin : 4 Langkah, SOHC 4klep
Pendinginan : Cairan
Volume : 135 CC
Perbandingan kompresi : 10,9:1
Karburator : Mikuni VM 22 x 1
Tipe Rangka : Diamond Frame
Suspensi Depan : Telescopic Fork
Suspensi belakang : Tunggal, Monocross
Rem depan : Cakram tunggal 220 mm
Rem Belakang : Tromol Non Abestos
Kapasitas tangki: 4 Liter

HARGA: RP 15.000.000,-

Garansi 3 TAHUN

Made in Indonesia

| NO | KETERANGAN | TANGGAPAN | | | | | | |
|-----|---|---------------|----|---|---|----|---------------|-----------------|
| | | ST | T | N | R | SR | | |
| KP1 | Kemungkinan bahwa produk ini dapat diandalkan | Sangat tinggi | | | | | Sangat rendah | |
| KP2 | Produk ini dibuat secara | Sangat bagus | SB | B | N | J | SJ | Sangat jelek |
| KP3 | Saya yakin kualitas sepeda motor ini | Sangat tinggi | ST | T | N | R | SR | Sangat rendah |
| KP4 | Kemungkinan bahwa produk ini dapat dipercaya/diandalkan | Sangat tinggi | ST | T | N | R | SR | Sangat rendah |
| KP5 | Produk ini kelihatannya tahan lama/awet | Sangat setuju | SS | S | N | TS | STS | Sgt tdk setuju |
| KP6 | Kualitas Produk Jelek | Sangat Setuju | SS | S | N | TS | STS | Sngt tdk setuju |

Saudara dimohon melingkari angka yang sesuai dengan pandangan saudara terhadap segala bentuk pengorbanan yang anda persepsikan seandainya harus membeli produk tersebut.

| NO | KETERANGAN | TANGGAPAN | | | | | | |
|-----|---|---------------|----|---|---|----|-----|---------------------|
| PP1 | Jika saya harus membeli produk ini sesuai dengan harga yang tertera, berarti saya tidak akan dapat membeli barang lain yang ingin saya beli sekarang. | Sangat setuju | SS | S | N | TS | STS | Sgt tdk setuju |
| PP2 | Jika saya membeli produk ini sesuai dengan harga yang tertera berarti untuk sementara saya harus mengurangi sejumlah pengeluaran untuk hal lain. | Sangat setuju | SS | S | N | TS | STS | Sgt tdk setuju |
| PP3 | Jika saya membeli Produk ini (setelah tersedia di pasar), maka saya telah mengeluarkan uang saya dengan tepat. | Sangat setuju | SS | S | N | TS | STS | Sangat tidak setuju |

Saudara dimohon melingkari angka yang sesuai dengan persepsi saudara terhadap risiko yang anda pandang melekat pada produk tersebut. Risiko yang terkait dengan uang yang harus anda keluarkan seandainya anda akan membeli produk tersebut.

| NO | KETERANGAN | TANGGAPAN | | | | | | |
|-----|---|----------------|----|----|---|----|-----|---------------------|
| FR1 | Dengan mempertimbangkan investasi yang harus dikeluarkan, membeli produk ini adalah..... | Tidak berisiko | TB | AB | N | B | SB | Sangat berisiko |
| FR2 | Saya kira, dengan membeli produk ini akan menambah risiko pengeluaran misalnya karena biaya perawatan dan perbaikan produk yang tinggi. | Sangat setuju | SS | S | N | TS | STS | Sgt tdk setuju |
| FR3 | Berdasarkan pengeluaran kedepan yang kemungkinan akan muncul karena membeli produk ini, maka produk ini dapat dikatakan tidak akan mendatangkan risiko. | sangat setuju | SS | S | N | TS | STS | sangat tidak setuju |

Saudara dimohon melingkari angka yang sesuai dengan pandangan saudara terhadap kinerja produk itu berdasarkan informasi yang ada dapatkan baik dari iklan ini atau pengalaman masa lalu saudara.

| NO | KETERANGAN | TANGGAPAN | | | | | | |
|-----|---|--------------|----|---|---|----|-----|---------------|
| PR1 | Seberapa yakin anda bahwa produk ini akan memiliki kinerja sesuai dengan apa yang dijanjikan? | Sangat yakin | SY | Y | N | TY | STY | Sgt tdk yakin |
| PR2 | Seberapa pasti anda bahwa produk ini akan bekerja secara memuaskan | Sangat pasti | SP | P | N | TP | STP | Sgt tdk pasti |

Saudara dimohon melingkari angka yang sesuai dengan pandangan saudara terhadap nilai dari produk ini yang anda persepsikan. Anda bisa menilai produk ini baik atau buruk tergantung pada pengalaman saudara atau pengalaman orang lain yang pernah anda dengar dalam menggunakan HP.

| NO | KETERANGAN | TANGGAPAN | | | | | | |
|-----|---|-----------------|----|---|---|----|-----|-------------------|
| | | Sangat bagus | SB | B | N | J | SJ | Sangat jelek |
| NP1 | Produk ini | Sangat bagus | SB | B | N | J | SJ | Sangat jelek |
| NP2 | Harga produk ini: | Sangat ekonomis | SE | E | N | TE | STE | Sgt tdk ekonomis |
| NP3 | Saya melihat produk ini merupakan produk pilihan yang bagus untuk dibeli. | Sangat setuju | SS | S | N | TS | STS | Sgt tdk setuju |
| NP4 | Harga yang ditunjukkan untuk produk ini: | Bisa diterima | SS | S | N | TS | STS | Tdk Bisa diterima |
| NP5 | Penampilan produk ini sangat menarik . | Sangat setuju | SS | S | N | TS | STS | Sgt tdk setuju |
| NP6 | Nilai Produk ini secara keseluruhan | Sangat bagus | SB | B | N | J | SJ | Sangat jelek |

Lampiran 2
Data Penelitian Manipulation Check

| No | MC1 | MC2 | MC3 | MC4 | HARGA | MEREK | GARANSI | COO |
|----|-----|-----|-----|-----|--------|--------|---------|--------|
| 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | TINGGI | TINGGI | TINGGI | TINGGI |
| 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | TINGGI | TINGGI | TINGGI | TINGGI |
| 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | TINGGI | TINGGI | TINGGI | TINGGI |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | TINGGI | TINGGI | TINGGI | RENDAH |
| 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | TINGGI | TINGGI | TINGGI | RENDAH |
| 6 | 4 | 2 | 2 | 4 | TINGGI | TINGGI | TINGGI | RENDAH |
| 7 | 4 | 5 | 5 | 4 | TINGGI | TINGGI | RENDAH | TINGGI |
| 8 | 4 | 4 | 3 | 2 | TINGGI | TINGGI | RENDAH | TINGGI |
| 9 | 3 | 4 | 4 | 3 | TINGGI | TINGGI | RENDAH | RENDAH |
| 10 | 4 | 4 | 2 | 2 | TINGGI | TINGGI | RENDAH | RENDAH |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 1 | TINGGI | TINGGI | RENDAH | RENDAH |
| 12 | 5 | 1 | 2 | 5 | TINGGI | RENDAH | TINGGI | TINGGI |
| 13 | 3 | 3 | 4 | 4 | TINGGI | RENDAH | TINGGI | TINGGI |
| 14 | 4 | 2 | 3 | 4 | TINGGI | RENDAH | TINGGI | RENDAH |
| 15 | 5 | 3 | 3 | 3 | TINGGI | RENDAH | TINGGI | RENDAH |
| 16 | 3 | 3 | 2 | 3 | TINGGI | RENDAH | TINGGI | RENDAH |
| 17 | 3 | 5 | 5 | 4 | TINGGI | RENDAH | RENDAH | TINGGI |
| 18 | 4 | 2 | 4 | 1 | TINGGI | RENDAH | RENDAH | TINGGI |
| 19 | 5 | 2 | 2 | 1 | TINGGI | RENDAH | RENDAH | RENDAH |
| 20 | 5 | 4 | 2 | 4 | RENDAH | TINGGI | TINGGI | TINGGI |
| 21 | 2 | 4 | 4 | 4 | RENDAH | TINGGI | TINGGI | TINGGI |
| 22 | 3 | 4 | 4 | 5 | RENDAH | TINGGI | TINGGI | TINGGI |
| 23 | 2 | 5 | 5 | 4 | RENDAH | TINGGI | TINGGI | RENDAH |
| 24 | 2 | 3 | 2 | 5 | RENDAH | TINGGI | TINGGI | RENDAH |
| 25 | 4 | 5 | 2 | 4 | RENDAH | TINGGI | TINGGI | RENDAH |
| 26 | 2 | 4 | 4 | 1 | RENDAH | TINGGI | RENDAH | TINGGI |
| 27 | 2 | 5 | 5 | 2 | RENDAH | TINGGI | RENDAH | TINGGI |
| 28 | 2 | 3 | 2 | 2 | RENDAH | TINGGI | RENDAH | RENDAH |
| 29 | 4 | 4 | 2 | 2 | RENDAH | TINGGI | RENDAH | RENDAH |
| 30 | 2 | 2 | 5 | 4 | RENDAH | RENDAH | TINGGI | TINGGI |
| 31 | 2 | 2 | 4 | 4 | RENDAH | RENDAH | TINGGI | TINGGI |
| 32 | 2 | 4 | 2 | 4 | RENDAH | RENDAH | TINGGI | RENDAH |
| 33 | 2 | 3 | 2 | 4 | RENDAH | RENDAH | TINGGI | RENDAH |
| 34 | 1 | 2 | 4 | 5 | RENDAH | RENDAH | TINGGI | RENDAH |
| 35 | 2 | 2 | 4 | 2 | RENDAH | RENDAH | RENDAH | TINGGI |
| 36 | 2 | 3 | 4 | 3 | RENDAH | RENDAH | RENDAH | TINGGI |
| 37 | 2 | 3 | 2 | 2 | RENDAH | RENDAH | RENDAH | TINGGI |

Lampiran 3
Hasil Manipulation Check

Univariate Analysis of Variance

Between-Subjects Factors

| | | N |
|-------|--------|----|
| HARGA | RENDAH | 18 |
| | TINGGI | 19 |

Descriptive Statistics

Dependent Variable: HG

| HARGA | Mean | Std. Deviation | N |
|--------|--------|----------------|----|
| RENDAH | 2.3889 | .97853 | 18 |
| TINGGI | 3.9474 | .70504 | 19 |
| Total | 3.1892 | 1.15079 | 37 |

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

Dependent Variable: HG

| F | df1 | df2 | Sig. |
|-------|-----|-----|------|
| 1.357 | 1 | 35 | .252 |

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept+HARGA

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: HG

| Source | Type III Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. | Partial Eta Squared |
|-----------------|-------------------------|----|-------------|---------|------|---------------------|
| Corrected Model | 22.451 ^a | 1 | 22.451 | 31.150 | .000 | .471 |
| Intercept | 371.099 | 1 | 371.099 | 514.902 | .000 | .936 |
| HARGA | 22.451 | 1 | 22.451 | 31.150 | .000 | .471 |
| Error | 25.225 | 35 | .721 | | | |
| Total | 424.000 | 37 | | | | |
| Corrected Total | 47.676 | 36 | | | | |

a. R Squared = .471 (Adjusted R Squared = .456)

Univariate Analysis of Variance

Between-Subjects Factors

| | | N |
|-------|--------|----|
| MEREK | RENDAH | 16 |
| | TINGGI | 21 |

Descriptive Statistics

Dependent Variable: MRK

| MEREK | Mean | Std. Deviation | N |
|--------|--------|----------------|----|
| RENDAH | 2.3125 | .60208 | 16 |
| TINGGI | 4.0476 | .66904 | 21 |
| Total | 3.2973 | 1.07664 | 37 |

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

Dependent Variable: MRK

| F | df1 | df2 | Sig. |
|------|-----|-----|------|
| .211 | 1 | 35 | .649 |

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept+MEREK

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: MRK

| Source | Type III Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. | Partial Eta Squared |
|-----------------|-------------------------|----|-------------|---------|------|---------------------|
| Corrected Model | 27.340 ^a | 1 | 27.340 | 66.498 | .000 | .655 |
| Intercept | 367.340 | 1 | 367.340 | 893.468 | .000 | .962 |
| MEREK | 27.340 | 1 | 27.340 | 66.498 | .000 | .655 |
| Error | 14.390 | 35 | .411 | | | |
| Total | 444.000 | 37 | | | | |
| Corrected Total | 41.730 | 36 | | | | |

a. R Squared = .655 (Adjusted R Squared = .645)

Univariate Analysis of Variance

Between-Subjects Factors

| | N |
|------------|----|
| COO RENDAH | 18 |
| TINGGI | 19 |

Descriptive Statistics

Dependent Variable: CO

| COO | Mean | Std. Deviation | N |
|--------|--------|----------------|----|
| RENDAH | 2.3333 | .76696 | 18 |
| TINGGI | 4.0000 | .88192 | 19 |
| Total | 3.1892 | 1.17468 | 37 |

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

Dependent Variable: CO

| F | df1 | df2 | Sig. |
|------|-----|-----|------|
| .001 | 1 | 35 | .970 |

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept+COO

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: CO

| Source | Type III Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. | Partial Eta Squared |
|-----------------|-------------------------|----|-------------|---------|------|---------------------|
| Corrected Model | 25.676 ^a | 1 | 25.676 | 37.444 | .000 | .517 |
| Intercept | 370.757 | 1 | 370.757 | 540.687 | .000 | .939 |
| COO | 25.676 | 1 | 25.676 | 37.444 | .000 | .517 |
| Error | 24.000 | 35 | .686 | | | |
| Total | 426.000 | 37 | | | | |
| Corrected Total | 49.676 | 36 | | | | |

a. R Squared = .517 (Adjusted R Squared = .503)

Univariate Analysis of Variance

Between-Subjects Factors

| | | N |
|---------|--------|----|
| GARANSI | RENDAH | 15 |
| | TINGGI | 22 |

Descriptive Statistics

Dependent Variable: GRN

| GARANSI | Mean | Std. Deviation | N |
|---------|--------|----------------|----|
| RENDAH | 2.1333 | .99043 | 15 |
| TINGGI | 4.1364 | .63960 | 22 |
| Total | 3.3243 | 1.27048 | 37 |

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

Dependent Variable: GRN

| F | df1 | df2 | Sig. |
|-------|-----|-----|------|
| 2.190 | 1 | 35 | .148 |

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept+GARANSI

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: GRN

| Source | Type III Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. | Partial Eta Squared |
|-----------------|-------------------------|----|-------------|---------|------|---------------------|
| Corrected Model | 35.784 ^a | 1 | 35.784 | 56.102 | .000 | .616 |
| Intercept | 350.595 | 1 | 350.595 | 549.663 | .000 | .940 |
| GARANSI | 35.784 | 1 | 35.784 | 56.102 | .000 | .616 |
| Error | 22.324 | 35 | .638 | | | |
| Total | 467.000 | 37 | | | | |
| Corrected Total | 58.108 | 36 | | | | |

a. R Squared = .616 (Adjusted R Squared = .605)

Lampiran 4
Data Penelitian Utama

Lampiran 5

Uji Homogenitas

Crosstabs

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|-----------------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| jenis kelamin * harga | 277 | 100.0% | 0 | .0% | 277 | 100.0% |

jenis kelamin * harga Crosstabulation

Count

| | | harga | | Total |
|---------------|--------|--------|--------|-------|
| | | tinggi | rendah | |
| jenis kelamin | pria | 41 | 34 | 75 |
| | wanita | 103 | 99 | 202 |
| Total | | 144 | 133 | 277 |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) | Exact Sig. (2-sided) | Exact Sig. (1-sided) |
|------------------------------------|-------------------|----|-----------------------|----------------------|----------------------|
| Pearson Chi-Square | .296 ^b | 1 | .586 | | |
| Continuity Correction ^a | .167 | 1 | .683 | | |
| Likelihood Ratio | .297 | 1 | .586 | | |
| Fisher's Exact Test | | | | .592 | .342 |
| Linear-by-Linear Association | .295 | 1 | .587 | | |
| N of Valid Cases | 277 | | | | |

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 36.01.

Crosstabs

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|--------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| usia * harga | 277 | 100.0% | 0 | .0% | 277 | 100.0% |

usia * harga Crosstabulation

Count

| | | harga | | Total |
|-------|-------|--------|--------|-------|
| | | tinggi | rendah | |
| usia | 18.00 | 4 | 3 | 7 |
| | 19.00 | 14 | 15 | 29 |
| | 20.00 | 32 | 28 | 60 |
| | 21.00 | 29 | 21 | 50 |
| | 22.00 | 24 | 20 | 44 |
| | 23.00 | 22 | 18 | 40 |
| | 24.00 | 10 | 11 | 21 |
| | 25.00 | 6 | 9 | 15 |
| | 26.00 | 3 | 5 | 8 |
| | 27.00 | 0 | 3 | 3 |
| Total | | 144 | 133 | 277 |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 6.208 ^a | 9 | .719 |
| Likelihood Ratio | 7.374 | 9 | .598 |
| Linear-by-Linear Association | 1.675 | 1 | .196 |
| N of Valid Cases | 277 | | |

a. 6 cells (30.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.44.

Crosstabs

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|--------------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| pendidikan * harga | 277 | 100.0% | 0 | .0% | 277 | 100.0% |

pendidikan * harga Crosstabulation

Count

| | | harga | | Total |
|------------|----|--------|--------|-------|
| | | tinggi | rendah | |
| pendidikan | s1 | 134 | 114 | 248 |
| | s2 | 2 | 11 | 13 |
| | D3 | 8 | 8 | 16 |
| Total | | 144 | 133 | 277 |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 7.419 ^a | 2 | .024 |
| Likelihood Ratio | 8.037 | 2 | .018 |
| Linear-by-Linear Association | 1.666 | 1 | .197 |
| N of Valid Cases | 277 | | |

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.24.

Crosstabs

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|-----------------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| jenis kelamin * merek | 277 | 100.0% | 0 | .0% | 277 | 100.0% |

jenis kelamin * merek Crosstabulation

Count

| | | merek | | Total |
|---------------|--------|--------|--------|-------|
| | | tinggi | rendah | |
| jenis kelamin | pria | 34 | 41 | 75 |
| | wanita | 102 | 100 | 202 |
| Total | | 136 | 141 | 277 |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) | Exact Sig. (2-sided) | Exact Sig. (1-sided) |
|------------------------------------|-------------------|----|-----------------------|----------------------|----------------------|
| Pearson Chi-Square | .583 ^b | 1 | .445 | | |
| Continuity Correction ^a | .395 | 1 | .530 | | |
| Likelihood Ratio | .584 | 1 | .445 | | |
| Fisher's Exact Test | | | | .500 | .265 |
| Linear-by-Linear Association | .581 | 1 | .446 | | |
| N of Valid Cases | 277 | | | | |

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 36.82.

Crosstabs

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|--------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| usia * merek | 277 | 100.0% | 0 | .0% | 277 | 100.0% |

usia * merek Crosstabulation

Count

| | | merek | | Total |
|-------|-------|--------|--------|-------|
| | | tinggi | rendah | |
| usia | 18.00 | 6 | 1 | 7 |
| | 19.00 | 10 | 19 | 29 |
| | 20.00 | 36 | 24 | 60 |
| | 21.00 | 23 | 27 | 50 |
| | 22.00 | 16 | 28 | 44 |
| | 23.00 | 25 | 15 | 40 |
| | 24.00 | 11 | 10 | 21 |
| | 25.00 | 5 | 10 | 15 |
| | 26.00 | 3 | 5 | 8 |
| | 27.00 | 1 | 2 | 3 |
| Total | | 136 | 141 | 277 |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 17.320 ^a | 9 | .044 |
| Likelihood Ratio | 17.882 | 9 | .037 |
| Linear-by-Linear Association | .887 | 1 | .346 |
| N of Valid Cases | 277 | | |

a. 6 cells (30.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.47.

Crosstabs

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|--------------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| pendidikan * merek | 277 | 100.0% | 0 | .0% | 277 | 100.0% |

pendidikan * merek Crosstabulation

Count

| | | merek | | Total |
|------------|----|--------|--------|-------|
| | | tinggi | rendah | |
| pendidikan | s1 | 127 | 121 | 248 |
| | s2 | 4 | 9 | 13 |
| | D3 | 5 | 11 | 16 |
| Total | | 136 | 141 | 277 |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 4.229 ^a | 2 | .121 |
| Likelihood Ratio | 4.334 | 2 | .114 |
| Linear-by-Linear Association | 3.748 | 1 | .053 |
| N of Valid Cases | 277 | | |

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.38.

Crosstabs

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|-----------------------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| jenis kelamin * negara asal | 277 | 100.0% | 0 | .0% | 277 | 100.0% |

jenis kelamin * negara asal Crosstabulation

Count

| | | negara asal | | Total |
|---------------|--------|-------------|--------|-------|
| | | tinggi | rendah | |
| jenis kelamin | pria | 42 | 33 | 75 |
| | wanita | 107 | 95 | 202 |
| Total | | 149 | 128 | 277 |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) | Exact Sig. (2-sided) | Exact Sig. (1-sided) |
|------------------------------------|-------------------|----|-----------------------|----------------------|----------------------|
| Pearson Chi-Square | .202 ^b | 1 | .653 | | |
| Continuity Correction ^a | .098 | 1 | .754 | | |
| Likelihood Ratio | .202 | 1 | .653 | | |
| Fisher's Exact Test | | | | .686 | .377 |
| Linear-by-Linear Association | .201 | 1 | .654 | | |
| N of Valid Cases | 277 | | | | |

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 34.66.

Crosstabs

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|--------------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| usia * negara asal | 277 | 100.0% | 0 | .0% | 277 | 100.0% |

usia * negara asal Crosstabulation

| Count | | negara asal | | Total |
|-------|-------|-------------|--------|-------|
| | | tinggi | rendah | |
| usia | 18.00 | 4 | 3 | 7 |
| | 19.00 | 12 | 17 | 29 |
| | 20.00 | 32 | 28 | 60 |
| | 21.00 | 28 | 22 | 50 |
| | 22.00 | 22 | 22 | 44 |
| | 23.00 | 23 | 17 | 40 |
| | 24.00 | 11 | 10 | 21 |
| | 25.00 | 9 | 6 | 15 |
| | 26.00 | 7 | 1 | 8 |
| | 27.00 | 1 | 2 | 3 |
| Total | | 149 | 128 | 277 |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 6.820 ^a | 9 | .656 |
| Likelihood Ratio | 7.362 | 9 | .600 |
| Linear-by-Linear Association | 1.591 | 1 | .207 |
| N of Valid Cases | 277 | | |

a. 6 cells (30.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.39.

Crosstabs

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|--------------------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| pendidikan * negara asal | 277 | 100.0% | 0 | .0% | 277 | 100.0% |

pendidikan * negara asal Crosstabulation

| Count | | negara asal | | Total |
|------------|----|-------------|--------|-------|
| | | tinggi | rendah | |
| pendidikan | s1 | 132 | 116 | 248 |
| | s2 | 9 | 4 | 13 |
| | D3 | 8 | 8 | 16 |
| Total | | 149 | 128 | 277 |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 1.371 ^a | 2 | .504 |
| Likelihood Ratio | 1.413 | 2 | .493 |
| Linear-by-Linear Association | .036 | 1 | .849 |
| N of Valid Cases | 277 | | |

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.01.

Crosstabs

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|-------------------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| jenis kelamin * garansi | 277 | 100.0% | 0 | .0% | 277 | 100.0% |

jenis kelamin * garansi Crosstabulation

Count

| | | garansi | | Total |
|---------------|--------|---------|--------|-------|
| | | tinggi | rendah | |
| jenis kelamin | pria | 27 | 48 | 75 |
| | wanita | 98 | 104 | 202 |
| Total | | 125 | 152 | 277 |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) | Exact Sig. (2-sided) | Exact Sig. (1-sided) |
|------------------------------------|--------------------|----|-----------------------|----------------------|----------------------|
| Pearson Chi-Square | 3.459 ^b | 1 | .063 | .077 | .042 |
| Continuity Correction ^a | 2.972 | 1 | .085 | | |
| Likelihood Ratio | 3.502 | 1 | .061 | | |
| Fisher's Exact Test | | | | | |
| Linear-by-Linear Association | 3.447 | 1 | .063 | | |
| N of Valid Cases | 277 | | | | |

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 33.84.

Crosstabs

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|----------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| usia * garansi | 277 | 100.0% | 0 | .0% | 277 | 100.0% |

usia * garansi Crosstabulation

Count

| | | garansi | | Total |
|-------|-------|---------|--------|-------|
| | | tinggi | rendah | |
| usia | 18.00 | 5 | 2 | 7 |
| | 19.00 | 10 | 19 | 29 |
| | 20.00 | 22 | 38 | 60 |
| | 21.00 | 27 | 23 | 50 |
| | 22.00 | 13 | 31 | 44 |
| | 23.00 | 21 | 19 | 40 |
| | 24.00 | 14 | 7 | 21 |
| | 25.00 | 7 | 8 | 15 |
| | 26.00 | 5 | 3 | 8 |
| | 27.00 | 1 | 2 | 3 |
| Total | | 125 | 152 | 277 |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 16.891 ^a | 9 | .050 |
| Likelihood Ratio | 17.146 | 9 | .046 |
| Linear-by-Linear Association | 2.161 | 1 | .142 |
| N of Valid Cases | 277 | | |

a. 6 cells (30.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.35.

Crosstabs

Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|----------------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| pendidikan * garansi | 277 | 100.0% | 0 | .0% | 277 | 100.0% |

pendidikan * garansi Crosstabulation

Count

| | | garansi | | Total |
|------------|----|---------|--------|-------|
| | | tinggi | rendah | |
| pendidikan | s1 | 109 | 139 | 248 |
| | s2 | 7 | 6 | 13 |
| | D3 | 9 | 7 | 16 |
| Total | | 125 | 152 | 277 |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 1.337 ^a | 2 | .513 |
| Likelihood Ratio | 1.330 | 2 | .514 |
| Linear-by-Linear Association | 1.272 | 1 | .259 |
| N of Valid Cases | 277 | | |

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.87.

Lampiran 6
Uji Validitas dan Reliabilitas

Factor Analysis Awal

KMO and Bartlett's Test

| | | |
|--|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | .856 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 2371.901 |
| | df | 153 |
| | Sig. | .000 |

Communalities

| | Initial | Extraction |
|-----|---------|------------|
| KP1 | 1.000 | .734 |
| KP2 | 1.000 | .634 |
| KP3 | 1.000 | .691 |
| KP4 | 1.000 | .720 |
| KP5 | 1.000 | .671 |
| NP1 | 1.000 | .732 |
| NP2 | 1.000 | .700 |
| NP3 | 1.000 | .689 |
| NP4 | 1.000 | .696 |
| NP5 | 1.000 | .657 |
| PP1 | 1.000 | .667 |
| PP2 | 1.000 | .689 |
| PP3 | 1.000 | .664 |
| FR1 | 1.000 | .719 |
| FR2 | 1.000 | .692 |
| FR3 | 1.000 | .714 |
| PR1 | 1.000 | .789 |
| PR2 | 1.000 | .804 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

| Component | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 5.754 | 31.969 | 31.969 | 5.754 | 31.969 | 31.969 | 3.479 | 19.326 | 19.326 |
| 2 | 3.234 | 17.969 | 49.939 | 3.234 | 17.969 | 49.939 | 2.742 | 15.234 | 34.560 |
| 3 | 1.485 | 8.252 | 58.190 | 1.485 | 8.252 | 58.190 | 2.479 | 13.770 | 48.330 |
| 4 | 1.250 | 6.947 | 65.137 | 1.250 | 6.947 | 65.137 | 2.135 | 11.859 | 60.189 |
| 5 | .938 | 5.211 | 70.348 | .938 | 5.211 | 70.348 | 1.829 | 10.159 | 70.348 |
| 6 | .695 | 3.860 | 74.208 | | | | | | |
| 7 | .594 | 3.298 | 77.506 | | | | | | |
| 8 | .529 | 2.939 | 80.445 | | | | | | |
| 9 | .484 | 2.688 | 83.133 | | | | | | |
| 10 | .464 | 2.575 | 85.708 | | | | | | |
| 11 | .416 | 2.313 | 88.021 | | | | | | |
| 12 | .408 | 2.265 | 90.287 | | | | | | |
| 13 | .370 | 2.058 | 92.344 | | | | | | |
| 14 | .330 | 1.835 | 94.179 | | | | | | |
| 15 | .317 | 1.759 | 95.939 | | | | | | |
| 16 | .271 | 1.508 | 97.446 | | | | | | |
| 17 | .245 | 1.362 | 98.808 | | | | | | |
| 18 | .215 | 1.192 | 100.000 | | | | | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

| | Component | | | | |
|-----|-----------|------|------|------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| KP1 | .545 | .618 | | | |
| KP2 | .400 | .630 | | | |
| KP3 | .438 | .634 | | | |
| KP4 | .534 | .607 | | | |
| KP5 | .473 | .644 | | | |
| NP1 | .686 | | .447 | | |
| NP2 | .668 | | | | |
| NP3 | .744 | | | | |
| NP4 | .699 | | | | |
| NP5 | .553 | | .457 | | |
| PP1 | -.571 | | | | |
| PP2 | -.548 | .481 | | | |
| PP3 | -.641 | | | | |
| FR1 | -.436 | .507 | .400 | | |
| FR2 | -.467 | | | | -.433 |
| FR3 | -.526 | .462 | | | |
| PR1 | -.554 | | | .664 | |
| PR2 | -.549 | | | .680 | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

| | Component | | | | |
|-----|-----------|------|-------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| KP1 | .825 | | | | |
| KP2 | .774 | | | | |
| KP3 | .827 | | | | |
| KP4 | .822 | | | | |
| KP5 | .788 | | | | |
| NP1 | | .790 | | | |
| NP2 | | .649 | -.503 | | |
| NP3 | | .545 | -.568 | | |
| NP4 | | .750 | | | |
| NP5 | | .765 | | | |
| PP1 | | | .763 | | |
| PP2 | | | .745 | | |
| PP3 | | | .651 | | .407 |
| FR1 | | | | .794 | |
| FR2 | | | | .799 | |
| FR3 | | | | .759 | |
| PR1 | | | | | .834 |
| PR2 | | | | | .848 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Component Transformation Matrix

| Component | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------|-------|------|-------|-------|-------|
| 1 | .461 | .556 | -.489 | -.349 | -.342 |
| 2 | .790 | .068 | .402 | .429 | .162 |
| 3 | -.393 | .731 | .045 | .555 | .030 |
| 4 | .041 | .185 | -.221 | -.246 | .924 |
| 5 | -.088 | .342 | .740 | -.571 | -.039 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Factor Analysis Akhir

KMO and Bartlett's Test

| | | |
|--|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | .825 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 1753.129 |
| | df | 105 |
| | Sig. | .000 |

Communalities

| | Initial | Extraction |
|-----|---------|------------|
| KP1 | 1.000 | .734 |
| KP2 | 1.000 | .641 |
| KP3 | 1.000 | .697 |
| KP4 | 1.000 | .718 |
| KP5 | 1.000 | .676 |
| NP1 | 1.000 | .671 |
| NP4 | 1.000 | .766 |
| NP5 | 1.000 | .713 |
| PP1 | 1.000 | .775 |
| PP2 | 1.000 | .770 |
| FR1 | 1.000 | .718 |
| FR2 | 1.000 | .683 |
| FR3 | 1.000 | .723 |
| PR1 | 1.000 | .817 |
| PR2 | 1.000 | .808 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

| Component | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 4.598 | 30.652 | 30.652 | 4.598 | 30.652 | 30.652 | 3.452 | 23.016 | 23.016 |
| 2 | 3.000 | 19.999 | 50.651 | 3.000 | 19.999 | 50.651 | 2.157 | 14.382 | 37.398 |
| 3 | 1.368 | 9.120 | 59.771 | 1.368 | 9.120 | 59.771 | 2.095 | 13.969 | 51.367 |
| 4 | 1.118 | 7.450 | 67.221 | 1.118 | 7.450 | 67.221 | 1.677 | 11.182 | 62.549 |
| 5 | .826 | 5.504 | 72.726 | .826 | 5.504 | 72.726 | 1.526 | 10.176 | 72.726 |
| 6 | .665 | 4.433 | 77.158 | | | | | | |
| 7 | .506 | 3.374 | 80.532 | | | | | | |
| 8 | .478 | 3.187 | 83.719 | | | | | | |
| 9 | .444 | 2.958 | 86.677 | | | | | | |
| 10 | .411 | 2.737 | 89.414 | | | | | | |
| 11 | .405 | 2.697 | 92.111 | | | | | | |
| 12 | .343 | 2.289 | 94.400 | | | | | | |
| 13 | .321 | 2.141 | 96.541 | | | | | | |
| 14 | .282 | 1.880 | 98.421 | | | | | | |
| 15 | .237 | 1.579 | 100.000 | | | | | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

| | Component | | | | |
|-----|-----------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| KP1 | .689 | .466 | | | |
| KP2 | .541 | .515 | | | |
| KP3 | .599 | .494 | | | |
| KP4 | .684 | .450 | | | |
| KP5 | .622 | .506 | | | |
| NP1 | .664 | | .400 | | |
| NP4 | .694 | | | | |
| NP5 | .534 | | .538 | | |
| PP1 | -.454 | .486 | | | .528 |
| PP2 | -.420 | .588 | | | .471 |
| FR1 | | .632 | | | |
| FR2 | -.432 | .509 | | | |
| FR3 | -.434 | .606 | | | |
| PR1 | -.508 | | | .619 | |
| PR2 | -.523 | | | .543 | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

| | Component | | | | |
|-----|-----------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| KP1 | .825 | | | | |
| KP2 | .774 | | | | |
| KP3 | .829 | | | | |
| KP4 | .819 | | | | |
| KP5 | .789 | | | | |
| NP1 | | | .743 | | |
| NP4 | | | .797 | | |
| NP5 | | | .821 | | |
| PP1 | | | | | .823 |
| PP2 | | | | | .786 |
| FR1 | | .808 | | | |
| FR2 | | .797 | | | |
| FR3 | | .792 | | | |
| PR1 | | | | .866 | |
| PR2 | | | | .848 | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Component Transformation Matrix

| Component | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | .665 | -.338 | .501 | -.338 | -.280 |
| 2 | .635 | .596 | -.035 | .256 | .418 |
| 3 | -.376 | .480 | .660 | -.397 | .186 |
| 4 | -.107 | -.096 | .542 | .814 | -.153 |
| 5 | -.031 | -.539 | .138 | -.004 | .830 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

UJI RELIABILITAS

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|-----|-------------------------------------|---|--|-----------------------------|
| KP1 | 11.2960 | 7.4338 | .7533 | .8436 |
| KP2 | 11.5199 | 8.4534 | .6553 | .8661 |
| KP3 | 11.3971 | 8.2185 | .7119 | .8536 |
| KP4 | 11.3610 | 7.8185 | .7428 | .8457 |
| KP5 | 11.3502 | 8.0327 | .6993 | .8562 |

Reliability Coefficients

N of Cases = 277.0

N of Items = 5

Alpha = .8791

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|-----|-------------------------------------|---|--|-----------------------------|
| NP1 | 6.1516 | 2.8175 | .6127 | .7218 |
| NP4 | 5.8087 | 2.5828 | .6810 | .6456 |
| NP5 | 5.9242 | 2.9181 | .5822 | .7536 |

Reliability Coefficients

N of Cases = 277.0

N of Items = 3

Alpha = .7854

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)
A)

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|-----|-------------------------------------|---|--|-----------------------------|
| PP1 | 2.5379 | 1.0031 | .5567 | . |
| PP2 | 2.6354 | 1.2687 | .5567 | . |

Reliability Coefficients

N of Cases = 277.0

N of Items = 2

Alpha = .7121

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)
A)

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|-----|-------------------------------------|---|--|-----------------------------|
| FR1 | 5.9964 | 2.6630 | .6400 | .6803 |
| FR2 | 5.9170 | 2.9895 | .5636 | .7611 |
| FR3 | 5.9134 | 2.3765 | .6604 | .6581 |

Reliability Coefficients

N of Cases = 277.0

N of Items = 3

Alpha = .7809

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA
A)

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|-----|-------------------------------------|---|--|-----------------------------|
| PR1 | 3.0578 | .6923 | .6354 | . |
| PR2 | 3.1264 | .6760 | .6354 | . |

Reliability Coefficients

N of Cases = 277.0

N of Items = 2

Alpha = .7770

Lampiran 7
Pengujian Model Struktural Awal

```

Sub Main
  Dim sem As New AmosEngine
  sem.TextOutput
sem.Standardized
sem.NormalityCheck
sem.FactorScoreWeights
sem.Mods
sem.BeginGroup "G:\MY DOCUMENTS PRIVATE\thesis\olah data\data finall.sav"

sem.Structure "kp1= (1)KualitasPersepsian + (1)ekp1"
sem.Structure "kp2= kualitaspersepsian + (1)ekp2"
sem.Structure "kp3= kualitaspersepsian + (1)ekp3"
sem.Structure "kp4= kualitaspersepsian + (1)ekp4"
sem.Structure "kp5= kualitaspersepsian + (1)ekp5"

sem.Structure "pp1= (1)PengorbananPersepsian + (1)epp1"
sem.Structure "pp2= PengorbananPersepsian + (1)epp2"

sem.Structure "pr1= (1)RisikoKinerja + (1)epr1"
sem.Structure "pr2= RisikoKinerja + (1)epr2"

sem.Structure "fr1= (1)RisikoKeuangan + (1)efr1"
sem.Structure "fr2= RisikoKeuangan + (1)efr2"
sem.Structure "fr3= RisikoKeuangan + (1)efr3"

sem.Structure "np1= (1)NilaiPersepsian + (1)enp1"
sem.Structure "np4=NilaiPersepsian + (1)enp4"
sem.Structure "np5=NilaiPersepsian + (1)enp5"

Sem.Structure "kualitaspersepsian= harga + merek + garansi + coo + (1)zkpe"
sem.Structure "pengorbananpersepsian=harga + (1)Zppe"
sem.Structure "risikokinerja=kualitaspersepsian+ (1)Zrki"
sem.Structure "risikokeuangan= pengorbananpersepsian +risikokinerja+(1)Zrku"
sem.Structure "NilaiPersepsian= RisikoKinerja +Risikokeuangan +(1)Znpe"

End Sub

```


AmosScratch

Wednesday, September 13, 2007 09:08:15

Amos

by James L. Arbuckle

Version 4.01

Copyright 1994-1999 SmallWaters Corporation
1507 E. 53rd Street - #452
Chicago, IL 60615 USA
773-667-8635
Fax: 773-955-6252
<http://www.smallwaters.com>

Title

Your model contains the following variables

| | | |
|-----------------------|------------|------------|
| kp1 | observed | endogenous |
| kp2 | observed | endogenous |
| kp3 | observed | endogenous |
| kp4 | observed | endogenous |
| kp5 | observed | endogenous |
| pp1 | observed | endogenous |
| pp2 | observed | endogenous |
| pr1 | observed | endogenous |
| pr2 | observed | endogenous |
| fr1 | observed | endogenous |
| fr2 | observed | endogenous |
| fr3 | observed | endogenous |
| np1 | observed | endogenous |
| np4 | observed | endogenous |
| np5 | observed | endogenous |
| harga | observed | exogenous |
| mereK | observed | exogenous |
| garansi | observed | exogenous |
| coo | observed | exogenous |
| KualitasPersepsian | unobserved | endogenous |
| PengorbananPersepsian | unobserved | endogenous |
| RisikoKinerja | unobserved | endogenous |
| RisikoKeuangan | unobserved | endogenous |
| NilaiPersepsian | unobserved | endogenous |
| ekp1 | unobserved | exogenous |
| ekp2 | unobserved | exogenous |
| ekp3 | unobserved | exogenous |
| ekp4 | unobserved | exogenous |
| ekp5 | unobserved | exogenous |
| epp1 | unobserved | exogenous |
| epp2 | unobserved | exogenous |
| epr1 | unobserved | exogenous |
| epr2 | unobserved | exogenous |
| efr1 | unobserved | exogenous |
| efr2 | unobserved | exogenous |
| efr3 | unobserved | exogenous |
| enp1 | unobserved | exogenous |
| enp4 | unobserved | exogenous |
| enp5 | unobserved | exogenous |
| zkpe | unobserved | exogenous |
| Zppe | unobserved | exogenous |
| Zrki | unobserved | exogenous |
| Zrku | unobserved | exogenous |
| Znpe | unobserved | exogenous |

| | |
|------------------------------------|----|
| Number of variables in your model: | 44 |
| Number of observed variables: | 19 |
| Number of unobserved variables: | 25 |
| Number of exogenous variables: | 24 |
| Number of endogenous variables: | 20 |

Summary of Parameters

| | Weights | Covariances | Variances | Means | Intercepts | Total |
|------------|---------|-------------|-----------|-------|------------|-------|
| Fixed: | 25 | 0 | 0 | 0 | 0 | 25 |
| Labeled: | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Unlabeled: | 20 | 6 | 24 | 0 | 0 | 50 |
| Total: | 45 | 6 | 24 | 0 | 0 | 75 |

NOTE:

The model is recursive.

Assessment of normality

| | min | max | skew | c.r. | kurtosis | c.r. |
|--------------|-------|-------|--------|--------|----------|--------|
| coo | 1.000 | 2.000 | 0.152 | 1.033 | -1.977 | -6.716 |
| garansi | 1.000 | 2.000 | -0.196 | -1.331 | -1.962 | -6.664 |
| merek | 1.000 | 2.000 | -0.036 | -0.245 | -1.999 | -6.790 |
| harga | 1.000 | 2.000 | 0.079 | 0.540 | -1.994 | -6.773 |
| np5 | 1.000 | 5.000 | 0.397 | 2.697 | -0.359 | -1.220 |
| np4 | 1.000 | 5.000 | 0.213 | 1.444 | -0.741 | -2.519 |
| np1 | 1.000 | 5.000 | 0.086 | 0.586 | -0.187 | -0.636 |
| fr3 | 1.000 | 5.000 | -0.151 | -1.025 | -0.240 | -0.816 |
| fr2 | 1.000 | 5.000 | -0.027 | -0.181 | -0.344 | -1.167 |
| fr1 | 1.000 | 5.000 | -0.200 | -1.359 | -0.149 | -0.507 |
| pr2 | 1.000 | 5.000 | -0.146 | -0.992 | 0.016 | 0.054 |
| pr1 | 1.000 | 5.000 | -0.002 | -0.013 | -0.094 | -0.319 |
| pp2 | 1.000 | 5.000 | 0.177 | 1.206 | -0.660 | -2.242 |
| pp1 | 1.000 | 5.000 | 0.278 | 1.889 | -0.808 | -2.744 |
| kp5 | 1.000 | 5.000 | 0.122 | 0.830 | 0.130 | 0.442 |
| kp4 | 1.000 | 5.000 | -0.058 | -0.395 | -0.092 | -0.311 |
| kp3 | 1.000 | 5.000 | 0.093 | 0.634 | 0.058 | 0.196 |
| kp2 | 1.000 | 5.000 | -0.042 | -0.283 | 0.096 | 0.325 |
| kp1 | 1.000 | 5.000 | 0.129 | 0.877 | -0.080 | -0.270 |
| Multivariate | | | | | 25.473 | 7.504 |

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance)

| Observation number | Mahalanobis d-squared | p1 | p2 |
|--------------------|-----------------------|-------|-------|
| 215 | 54.751 | 0.000 | 0.007 |
| 216 | 49.014 | 0.000 | 0.001 |
| 80 | 45.364 | 0.001 | 0.001 |
| 248 | 40.397 | 0.003 | 0.009 |
| 255 | 40.289 | 0.003 | 0.002 |
| 207 | 38.909 | 0.005 | 0.002 |
| 256 | 37.063 | 0.008 | 0.007 |
| 9 | 36.093 | 0.010 | 0.009 |
| 243 | 35.523 | 0.012 | 0.007 |
| 242 | 35.184 | 0.013 | 0.004 |
| 277 | 34.563 | 0.016 | 0.005 |
| 95 | 34.224 | 0.017 | 0.004 |
| 206 | 34.154 | 0.018 | 0.001 |
| 246 | 33.675 | 0.020 | 0.002 |
| 100 | 33.620 | 0.020 | 0.001 |
| 27 | 31.966 | 0.032 | 0.016 |
| 190 | 31.152 | 0.039 | 0.044 |
| 31 | 30.896 | 0.041 | 0.042 |
| 44 | 30.126 | 0.050 | 0.107 |
| 253 | 29.974 | 0.052 | 0.090 |
| 62 | 29.904 | 0.053 | 0.065 |
| 137 | 29.786 | 0.055 | 0.052 |
| 2 | 29.729 | 0.055 | 0.036 |
| 59 | 29.700 | 0.056 | 0.023 |
| 160 | 29.545 | 0.058 | 0.019 |
| 182 | 29.118 | 0.064 | 0.034 |
| 112 | 29.037 | 0.065 | 0.026 |
| 213 | 28.713 | 0.071 | 0.037 |
| 234 | 28.702 | 0.071 | 0.023 |

| | | | |
|-----|--------|-------|-------|
| 181 | 28.670 | 0.071 | 0.015 |
| 262 | 27.952 | 0.084 | 0.066 |
| 209 | 27.924 | 0.085 | 0.047 |
| 220 | 27.742 | 0.089 | 0.050 |
| 244 | 27.583 | 0.092 | 0.051 |
| 90 | 27.338 | 0.097 | 0.065 |
| 133 | 27.329 | 0.097 | 0.045 |
| 254 | 27.115 | 0.102 | 0.055 |
| 241 | 26.925 | 0.106 | 0.063 |
| 269 | 26.763 | 0.110 | 0.067 |
| 53 | 26.725 | 0.111 | 0.052 |
| 194 | 26.534 | 0.116 | 0.062 |
| 123 | 26.266 | 0.123 | 0.089 |
| 210 | 26.241 | 0.124 | 0.069 |
| 259 | 26.176 | 0.125 | 0.059 |
| 240 | 26.111 | 0.127 | 0.051 |
| 57 | 26.034 | 0.129 | 0.045 |
| 219 | 25.935 | 0.132 | 0.042 |
| 163 | 25.807 | 0.136 | 0.044 |
| 193 | 25.782 | 0.136 | 0.034 |
| 176 | 25.482 | 0.145 | 0.060 |
| 22 | 25.424 | 0.147 | 0.052 |
| 222 | 25.386 | 0.148 | 0.042 |
| 6 | 25.271 | 0.152 | 0.043 |
| 32 | 25.239 | 0.153 | 0.034 |
| 20 | 25.214 | 0.154 | 0.026 |
| 208 | 25.163 | 0.155 | 0.022 |
| 127 | 25.135 | 0.156 | 0.017 |
| 247 | 24.984 | 0.161 | 0.020 |
| 153 | 24.982 | 0.161 | 0.014 |
| 224 | 24.944 | 0.162 | 0.011 |
| 33 | 24.936 | 0.163 | 0.008 |
| 8 | 24.929 | 0.163 | 0.005 |
| 138 | 24.905 | 0.164 | 0.004 |
| 186 | 24.841 | 0.166 | 0.003 |
| 198 | 24.578 | 0.175 | 0.007 |
| 146 | 24.504 | 0.178 | 0.006 |
| 261 | 24.467 | 0.179 | 0.005 |
| 245 | 24.195 | 0.189 | 0.012 |
| 276 | 24.037 | 0.195 | 0.016 |
| 46 | 23.995 | 0.196 | 0.013 |
| 237 | 23.992 | 0.196 | 0.009 |
| 91 | 23.940 | 0.198 | 0.008 |
| 263 | 23.840 | 0.202 | 0.008 |
| 40 | 23.804 | 0.204 | 0.007 |
| 231 | 23.710 | 0.208 | 0.007 |
| 39 | 23.666 | 0.209 | 0.006 |
| 43 | 23.206 | 0.228 | 0.031 |
| 68 | 23.089 | 0.233 | 0.036 |
| 257 | 23.053 | 0.235 | 0.031 |
| 142 | 23.035 | 0.236 | 0.024 |
| 106 | 22.905 | 0.242 | 0.030 |
| 74 | 22.874 | 0.243 | 0.025 |
| 151 | 22.743 | 0.249 | 0.032 |
| 108 | 22.636 | 0.254 | 0.036 |
| 7 | 22.630 | 0.254 | 0.027 |
| 229 | 22.398 | 0.265 | 0.051 |
| 73 | 22.052 | 0.282 | 0.129 |
| 23 | 21.944 | 0.287 | 0.145 |
| 205 | 21.913 | 0.289 | 0.129 |
| 147 | 21.530 | 0.308 | 0.295 |
| 82 | 21.359 | 0.317 | 0.366 |
| 34 | 21.250 | 0.323 | 0.396 |
| 204 | 21.223 | 0.325 | 0.368 |
| 113 | 20.972 | 0.338 | 0.509 |
| 239 | 20.858 | 0.345 | 0.547 |
| 236 | 20.771 | 0.350 | 0.564 |
| 221 | 20.744 | 0.351 | 0.535 |
| 270 | 20.713 | 0.353 | 0.510 |
| 271 | 20.705 | 0.353 | 0.466 |
| 86 | 20.693 | 0.354 | 0.426 |

Sample size: 277

Model: Default model
 Computation of degrees of freedom

Number of distinct sample moments: 190
 Number of distinct parameters to be estimated: 50

 Degrees of freedom: 140

| | | | | | | | |
|----|----|----------|--------------|-----------|--------------------|----|-----------|
| 0e | 10 | 0.0e+000 | -5.8288e-001 | 1.00e+004 | 2.01849023585e+003 | 0 | 1.00e+004 |
| 1e | 5 | 0.0e+000 | -8.4296e-002 | 2.53e+000 | 1.08948165618e+003 | 20 | 4.25e-001 |
| 2e | 0 | 3.8e+002 | 0.0000e+000 | 1.51e+000 | 4.92380362050e+002 | 4 | 8.42e-001 |
| 3e | 0 | 8.3e+001 | 0.0000e+000 | 5.24e-001 | 4.35158715974e+002 | 5 | 0.00e+000 |
| 4e | 0 | 4.9e+001 | 0.0000e+000 | 9.59e-001 | 3.67132832860e+002 | 2 | 0.00e+000 |
| 5e | 0 | 3.8e+001 | 0.0000e+000 | 4.76e-001 | 3.34158447807e+002 | 1 | 8.57e-001 |
| 6e | 0 | 2.7e+001 | 0.0000e+000 | 2.26e-001 | 3.28340455733e+002 | 1 | 1.07e+000 |
| 7e | 0 | 2.9e+001 | 0.0000e+000 | 3.87e-002 | 3.28125652371e+002 | 1 | 1.03e+000 |
| 8e | 0 | 2.8e+001 | 0.0000e+000 | 2.10e-003 | 3.28125010204e+002 | 1 | 1.00e+000 |
| 9e | 0 | 2.8e+001 | 0.0000e+000 | 9.11e-006 | 3.28125010192e+002 | 1 | 1.00e+000 |

Minimum was achieved

Chi-square = 328.125
 Degrees of freedom = 140
 Probability level = 0.000

Maximum Likelihood Estimates

| Regression Weights: | Estimate | S.E. | C.R. | Label |
|---------------------------------------|----------|-------|--------|-------|
| KualitasPersepsian <----- harga | 0.237 | 0.094 | 2.525 | |
| KualitasPersepsian <----- merek | 0.266 | 0.094 | 2.834 | |
| KualitasPersepsian <----- garansi | 0.216 | 0.094 | 2.286 | |
| KualitasPersepsian <----- coo | 0.203 | 0.094 | 2.169 | |
| PengorbananPersepsian <----- harga | 0.382 | 0.110 | 3.479 | |
| RisikoKinerja <-- KualitasPersepsian | -0.234 | 0.061 | -3.816 | |
| RisikoKeuangan <- PengorbananPerseps | 0.590 | 0.080 | 7.365 | |
| RisikoKeuangan <----- RisikoKinerja | 0.184 | 0.072 | 2.564 | |
| NilaiPersepsian <----- RisikoKinerja | -0.467 | 0.090 | -5.193 | |
| NilaiPersepsian <----- RisikoKeuangan | -0.176 | 0.073 | -2.417 | |
| kp1 <----- KualitasPersepsian | 1.000 | | | |
| kp2 <----- KualitasPersepsian | 0.736 | 0.060 | 12.214 | |
| kp3 <----- KualitasPersepsian | 0.808 | 0.059 | 13.635 | |
| kp4 <----- KualitasPersepsian | 0.911 | 0.063 | 14.479 | |
| kp5 <----- KualitasPersepsian | 0.856 | 0.063 | 13.596 | |
| pp1 <----- PengorbananPersepsian | 1.000 | | | |
| pp2 <----- PengorbananPersepsian | 1.008 | 0.122 | 8.247 | |
| pr1 <----- RisikoKinerja | 1.000 | | | |
| pr2 <----- RisikoKinerja | 1.117 | 0.154 | 7.240 | |
| fr1 <----- RisikoKeuangan | 1.000 | | | |
| fr2 <----- RisikoKeuangan | 0.807 | 0.087 | 9.293 | |
| fr3 <----- RisikoKeuangan | 1.168 | 0.109 | 10.723 | |
| np1 <----- NilaiPersepsian | 1.000 | | | |
| np4 <----- NilaiPersepsian | 1.141 | 0.112 | 10.147 | |
| np5 <----- NilaiPersepsian | 0.921 | 0.096 | 9.574 | |

| Standardized Regression Weights: | Estimate |
|---------------------------------------|----------|
| KualitasPersepsian <----- harga | 0.156 |
| KualitasPersepsian <----- merek | 0.176 |
| KualitasPersepsian <----- garansi | 0.142 |
| KualitasPersepsian <----- coo | 0.134 |
| PengorbananPersepsian <----- harga | 0.243 |
| RisikoKinerja <-- KualitasPersepsian | -0.287 |
| RisikoKeuangan <- PengorbananPerseps | 0.689 |
| RisikoKeuangan <----- RisikoKinerja | 0.170 |
| NilaiPersepsian <----- RisikoKinerja | -0.426 |
| NilaiPersepsian <----- RisikoKeuangan | -0.174 |
| kp1 <----- KualitasPersepsian | 0.815 |
| kp2 <----- KualitasPersepsian | 0.701 |
| kp3 <----- KualitasPersepsian | 0.766 |
| kp4 <----- KualitasPersepsian | 0.805 |
| kp5 <----- KualitasPersepsian | 0.764 |
| pp1 <----- PengorbananPersepsian | 0.698 |
| pp2 <----- PengorbananPersepsian | 0.792 |

```

pr1 <----- RisikoKinerja      0.754
pr2 <----- RisikoKinerja      0.832
fr1 <----- RisikoKeuangan     0.746
fr2 <----- RisikoKeuangan     0.636
fr3 <----- RisikoKeuangan     0.800
np1 <----- NilaiPersepsian    0.729
np4 <----- NilaiPersepsian    0.811
np5 <----- NilaiPersepsian    0.678

```

```

Covariances:
-----
harga <-----> merek          -0.003    0.015   -0.168
harga <-----> garansi        -0.018    0.015   -1.199
merek <-----> garansi        -0.016    0.015   -1.052
harga <-----> coo            -0.002    0.015   -0.110
merek <-----> coo            0.007    0.015    0.444
garansi <-----> coo          0.010    0.015    0.667

```

```

Correlations:
-----
harga <-----> merek          -0.010
harga <-----> garansi        -0.072
merek <-----> garansi        -0.063
harga <-----> coo            -0.007
merek <-----> coo            0.027
garansi <-----> coo          0.040

```

```

Variances:
-----
                harga          0.250    0.021   11.747
                merek          0.250    0.021   11.747
            garansi          0.248    0.021   11.747
                coo            0.249    0.021   11.747
                zkpe           0.521    0.067    7.817
                Zppe           0.580    0.107    5.440
                Zrki           0.351    0.065    5.393
                Zrku           0.225    0.046    4.943
                Znpe           0.352    0.060    5.841
                ekp1           0.290    0.033    8.666
                ekp2           0.321    0.031   10.262
                ekp3           0.263    0.028    9.542
                ekp4           0.259    0.029    8.882
                ekp5           0.299    0.031    9.567
                epp1           0.647    0.085    7.607
                epp2           0.372    0.073    5.126
                epr1           0.291    0.054    5.348
                epr2           0.212    0.063    3.369
                efr1           0.360    0.045    7.987
                efr2           0.434    0.044    9.815
                efr3           0.347    0.053    6.560
                enp1           0.405    0.050    8.049
                enp4           0.313    0.054    5.823
                enp5           0.460    0.051    9.099

```

Modification Indices

```

Covariances:
-----
                M.I.    Par Change
Zppe <-----> Zrki          31.467    0.200
Znpe <-----> garansi         5.048    0.047
Znpe <-----> zkpe          33.963    0.190
enp5 <-----> garansi         4.314    0.046
enp4 <-----> zkpe          13.054    0.119
enp4 <-----> Zrki           7.872    0.081
enp1 <-----> zkpe           8.522    0.098
efr2 <-----> coo          15.476   -0.083
efr1 <-----> coo          10.227    0.066
efr1 <-----> enp1           6.965    0.079
epr2 <-----> zkpe           4.361    0.061
epr2 <-----> Zppe           5.602    0.079

```

| | | |
|----------------------|--------|--------|
| epr2 <-----> efr3 | 4.763 | -0.060 |
| epr2 <-----> efr1 | 5.815 | 0.063 |
| epr1 <-----> harga | 4.841 | 0.042 |
| epr1 <-----> Zppe | 5.275 | 0.077 |
| epr1 <-----> efr1 | 5.541 | -0.061 |
| epp2 <-----> Zrki | 14.235 | 0.120 |
| epp2 <-----> epr2 | 4.170 | 0.060 |
| epp1 <-----> Znpe | 7.519 | -0.105 |
| epp1 <-----> enp4 | 4.430 | -0.082 |
| ekp5 <-----> harga | 4.566 | 0.038 |
| ekp5 <-----> Znpe | 8.465 | 0.073 |
| ekp5 <-----> enp1 | 8.345 | 0.075 |
| ekp5 <-----> epr1 | 5.961 | 0.055 |
| ekp5 <-----> epp2 | 4.719 | 0.061 |
| ekp5 <-----> epp1 | 4.113 | -0.066 |
| ekp4 <-----> ekp5 | 9.575 | 0.062 |
| ekp2 <-----> garansi | 4.476 | 0.038 |
| ekp2 <-----> Zrki | 8.737 | 0.072 |
| ekp2 <-----> epr2 | 6.446 | 0.058 |
| ekp2 <-----> ekp5 | 7.610 | -0.059 |
| ekp1 <-----> coo | 4.942 | -0.041 |
| ekp1 <-----> Zrki | 6.308 | -0.062 |
| ekp1 <-----> ekp4 | 8.482 | -0.059 |
| ekp1 <-----> ekp2 | 10.775 | 0.071 |

Variances: M.I. Par Change

Regression Weights: M.I. Par Change

| | | |
|--|--------|--------|
| RisikoKinerja <--- PengorbananPersepsian | 34.125 | 0.345 |
| PengorbananPersepsian <--- RisikoKinerja | 33.138 | 0.551 |
| NilaiPersepsian <----- garansi | 5.452 | 0.198 |
| NilaiPersepsian <---- KualitasPersepsian | 35.825 | 0.355 |
| np5 <----- garansi | 4.892 | 0.199 |
| np4 <----- KualitasPersepsian | 13.198 | 0.217 |
| np4 <----- kp5 | 11.354 | 0.169 |
| np4 <----- kp4 | 12.347 | 0.174 |
| np4 <----- kp2 | 11.568 | 0.182 |
| np4 <----- kp1 | 10.819 | 0.151 |
| np1 <----- KualitasPersepsian | 8.911 | 0.182 |
| np1 <----- kp5 | 14.858 | 0.197 |
| np1 <----- kp4 | 4.037 | 0.102 |
| np1 <----- kp3 | 9.080 | 0.164 |
| np1 <----- kp1 | 4.001 | 0.094 |
| fr2 <----- coo | 14.866 | -0.328 |
| fr1 <----- coo | 10.474 | 0.268 |
| fr1 <----- np1 | 7.838 | 0.124 |
| fr1 <----- kp5 | 4.405 | 0.102 |
| pr2 <----- fr1 | 5.375 | 0.097 |
| pr2 <----- pp2 | 5.304 | 0.087 |
| pr2 <----- kp2 | 8.276 | 0.137 |
| pr1 <----- harga | 5.083 | 0.171 |
| pr1 <----- PengorbananPersepsian | 8.017 | 0.156 |
| pr1 <----- RisikoKeuangan | 4.684 | 0.136 |
| pr1 <----- fr3 | 6.303 | 0.097 |
| pr1 <----- fr2 | 4.373 | 0.093 |
| pr1 <----- pp2 | 7.385 | 0.103 |
| pp2 <----- RisikoKinerja | 12.744 | 0.304 |
| pp2 <----- pr2 | 12.098 | 0.197 |
| pp2 <----- pr1 | 10.787 | 0.188 |
| pp1 <----- NilaiPersepsian | 9.462 | -0.277 |
| pp1 <----- np4 | 10.325 | -0.184 |
| pp1 <----- np1 | 7.145 | -0.158 |
| pp1 <----- kp5 | 5.858 | -0.157 |
| kp5 <----- harga | 4.631 | 0.155 |
| kp5 <----- np1 | 8.089 | 0.110 |
| kp5 <----- pr1 | 5.223 | 0.100 |
| kp4 <----- np4 | 4.004 | 0.072 |
| kp2 <----- garansi | 5.411 | 0.169 |
| kp2 <----- RisikoKinerja | 7.784 | 0.183 |
| kp2 <----- fr2 | 4.574 | 0.091 |

| | | | |
|------------|---------------|-------|--------|
| kp2 <----- | pr2 | 9.615 | 0.135 |
| kp2 <----- | pr1 | 4.461 | 0.093 |
| kp1 <----- | coo | 4.824 | -0.162 |
| kp1 <----- | RisikoKinerja | 5.627 | -0.158 |
| kp1 <----- | pr2 | 4.900 | -0.098 |
| kp1 <----- | pr1 | 4.197 | -0.092 |
| kp1 <----- | kp2 | 5.056 | 0.104 |

Summary of models

| Model | NPAR | CMIN | DF | P | CMIN/DF |
|--------------------|------|----------|-----|-------|---------|
| Default model | 50 | 328.125 | 140 | 0.000 | 2.344 |
| Saturated model | 190 | 0.000 | 0 | | |
| Independence model | 19 | 1927.535 | 171 | 0.000 | 11.272 |

| Model | RMR | GFI | AGFI | PGFI |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| Default model | 0.080 | 0.896 | 0.859 | 0.660 |
| Saturated model | 0.000 | 1.000 | | |
| Independence model | 0.195 | 0.462 | 0.402 | 0.416 |

| Model | DELTA1 NFI | RHO1 RFI | DELTA2 IFI | RHO2 TLI | CFI |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model | 0.830 | 0.792 | 0.895 | 0.869 | 0.893 |
| Saturated model | 1.000 | | 1.000 | | 1.000 |
| Independence model | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |

| Model | PRATIO | PNFI | PCFI |
|--------------------|--------|-------|-------|
| Default model | 0.819 | 0.679 | 0.731 |
| Saturated model | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| Independence model | 1.000 | 0.000 | 0.000 |

| Model | NCP | LO 90 | HI 90 |
|--------------------|----------|----------|----------|
| Default model | 188.125 | 139.082 | 244.880 |
| Saturated model | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| Independence model | 1756.535 | 1618.999 | 1901.472 |

| Model | FMIN | F0 | LO 90 | HI 90 |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| Default model | 1.189 | 0.682 | 0.504 | 0.887 |
| Saturated model | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| Independence model | 6.984 | 6.364 | 5.866 | 6.889 |

| Model | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model | 0.070 | 0.060 | 0.080 | 0.001 |
| Independence model | 0.193 | 0.185 | 0.201 | 0.000 |

| Model | AIC | BCC | BIC | CAIC |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|
| Default model | 428.125 | 435.938 | 756.548 | 659.326 |
| Saturated model | 380.000 | 409.688 | 1628.007 | 1258.563 |
| Independence model | 1965.535 | 1968.504 | 2090.336 | 2053.392 |

| Model | ECVI | LO 90 | HI 90 | MECVI |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| Default model | 1.551 | 1.373 | 1.757 | 1.579 |
| Saturated model | 1.377 | 1.377 | 1.377 | 1.484 |
| Independence model | 7.122 | 6.623 | 7.647 | 7.132 |

| Model | HOELTER .05 | HOELTER .01 |
|--------------------|----------------|----------------|
| Default model | 142 | 153 |
| Independence model | 29 | 32 |

Execution time summary:

Minimization: 0.047
Miscellaneous: 0.546
Bootstrap: 0.000
Total: 0.593

Lampiran 8
Pengujian Model Struktural Alternatif

Sub Main

Dim sem As New AmosEngine

sem.TextOutput

sem.Standardized

sem.NormalityCheck

sem.FactorScoreWeights

sem.Mods

sem.BeginGroup "G:\MY DOCUMENTS PRIVATE\thesis\olah data\data finall.sav"

sem.Structure "kp1= (1)KualitasPersepsian + (1)ekp1"

sem.Structure "kp2= kualitaspersepsian + (1)ekp2"

sem.Structure "kp3= kualitaspersepsian + (1)ekp3"

sem.Structure "kp4= kualitaspersepsian + (1)ekp4"

sem.Structure "kp5= kualitaspersepsian + (1)ekp5"

sem.Structure "pp1= (1)PengorbananPersepsian + (1)epp1"

sem.Structure "pp2= PengorbananPersepsian + (1)epp2"

sem.Structure "pr1= (1)RisikoKinerja + (1)ep1"

sem.Structure "pr2= RisikoKinerja + (1)ep2"

sem.Structure "fr1= (1)RisikoKeuangan + (1)efr1"

sem.Structure "fr2= RisikoKeuangan + (1)efr2"

sem.Structure "fr3= RisikoKeuangan + (1)efr3"

sem.Structure "np1= (1)NilaiPersepsian + (1)enp1"

sem.Structure "np4=NilaiPersepsian + (1)enp4"

sem.Structure "np5=NilaiPersepsian + (1)enp5"

Sem.Structure "kualitaspersepsian= harga + merek + garansi + coo + (1)zkpe"

sem.Structure "pengorbananpersepsian=harga + (1)Zppe"

sem.Structure "risikokinerja=kualitaspersepsian+ (1)Zrki"

sem.Structure "risikokeuangan= pengorbananpersepsian +risikokinerja+(1)Zrku"

sem.Structure "NilaiPersepsian= Kualitaspersepsian+RisikoKinerja +Risikokeuangan
+(1)Znpe"

End Sub

AmosScratch
2007 14:37:06

Wednesday, September 13,

Amos
by James L. Arbuckle

Version 4.01

Copyright 1994-1999 SmallWaters Corporation
1507 E. 53rd Street - #452
Chicago, IL 60615 USA
773-667-8635
Fax: 773-955-6252
<http://www.smallwaters.com>

Title

Your model contains the following variables

| | | |
|-----|----------|------------|
| kp1 | observed | endogenous |
| kp2 | observed | endogenous |
| kp3 | observed | endogenous |
| kp4 | observed | endogenous |
| kp5 | observed | endogenous |
| pp1 | observed | endogenous |
| pp2 | observed | endogenous |
| pr1 | observed | endogenous |
| pr2 | observed | endogenous |
| fr1 | observed | endogenous |
| fr2 | observed | endogenous |
| fr3 | observed | endogenous |
| np1 | observed | endogenous |
| np4 | observed | endogenous |
| np5 | observed | endogenous |

| | | |
|-----------------------|------------|------------|
| harga | observed | exogenous |
| merek | observed | exogenous |
| garansi | observed | exogenous |
| coo | observed | exogenous |
| KualitasPersepsian | unobserved | endogenous |
| PengorbananPersepsian | unobserved | endogenous |
| RisikoKinerja | unobserved | endogenous |
| RisikoKeuangan | unobserved | endogenous |
| NilaiPersepsian | unobserved | endogenous |
| ekp1 | unobserved | exogenous |
| ekp2 | unobserved | exogenous |
| ekp3 | unobserved | exogenous |
| ekp4 | unobserved | exogenous |
| ekp5 | unobserved | exogenous |
| epp1 | unobserved | exogenous |
| epp2 | unobserved | exogenous |
| epr1 | unobserved | exogenous |
| epr2 | unobserved | exogenous |
| efr1 | unobserved | exogenous |
| efr2 | unobserved | exogenous |
| efr3 | unobserved | exogenous |
| enp1 | unobserved | exogenous |
| enp4 | unobserved | exogenous |
| enp5 | unobserved | exogenous |
| zkpe | unobserved | exogenous |
| Zppe | unobserved | exogenous |
| Zrki | unobserved | exogenous |
| Zrku | unobserved | exogenous |
| Znpe | unobserved | exogenous |

Number of variables in your model: 44
Number of observed variables: 19
Number of unobserved variables: 25
Number of exogenous variables: 24
Number of endogenous variables: 20

Summary of Parameters

| | Weights | Covariances | Variances | Means | Intercepts |
|------------|---------|-------------|-----------|-------|------------|
| Total | | | | | |
| --- | ----- | ----- | ----- | ----- | ----- |
| Fixed: | 25 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 25 | | | | | |
| Labeled: | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | | | | | |
| Unlabeled: | 21 | 6 | 24 | 0 | 0 |
| 51 | | | | | |
| --- | ----- | ----- | ----- | ----- | ----- |
| Total: | 46 | 6 | 24 | 0 | 0 |
| 76 | | | | | |

NOTE:

The model is recursive.

Assessment of normality

| | min | max | skew | c.r. | kurtosis | c.r. |
|-----|-------|-------|-------|-------|----------|--------|
| | ----- | ----- | ----- | ----- | ----- | ----- |
| coo | 1.000 | 2.000 | 0.152 | 1.033 | -1.977 | -6.716 |

| | | | | | | |
|--------------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|
| garansi | 1.000 | 2.000 | -0.196 | -1.331 | -1.962 | -6.664 |
| merek | 1.000 | 2.000 | -0.036 | -0.245 | -1.999 | -6.790 |
| harga | 1.000 | 2.000 | 0.079 | 0.540 | -1.994 | -6.773 |
| np5 | 1.000 | 5.000 | 0.397 | 2.697 | -0.359 | -1.220 |
| np4 | 1.000 | 5.000 | 0.213 | 1.444 | -0.741 | -2.519 |
| np1 | 1.000 | 5.000 | 0.086 | 0.586 | -0.187 | -0.636 |
| fr3 | 1.000 | 5.000 | -0.151 | -1.025 | -0.240 | -0.816 |
| fr2 | 1.000 | 5.000 | -0.027 | -0.181 | -0.344 | -1.167 |
| fr1 | 1.000 | 5.000 | -0.200 | -1.359 | -0.149 | -0.507 |
| pr2 | 1.000 | 5.000 | -0.146 | -0.992 | 0.016 | 0.054 |
| pr1 | 1.000 | 5.000 | -0.002 | -0.013 | -0.094 | -0.319 |
| pp2 | 1.000 | 5.000 | 0.177 | 1.206 | -0.660 | -2.242 |
| pp1 | 1.000 | 5.000 | 0.278 | 1.889 | -0.808 | -2.744 |
| kp5 | 1.000 | 5.000 | 0.122 | 0.830 | 0.130 | 0.442 |
| kp4 | 1.000 | 5.000 | -0.058 | -0.395 | -0.092 | -0.311 |
| kp3 | 1.000 | 5.000 | 0.093 | 0.634 | 0.058 | 0.196 |
| kp2 | 1.000 | 5.000 | -0.042 | -0.283 | 0.096 | 0.325 |
| kp1 | 1.000 | 5.000 | 0.129 | 0.877 | -0.080 | -0.270 |
| Multivariate | | | | | 25.473 | 7.504 |

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance)

| Observation number | Mahalanobis d-squared | p1 | p2 |
|-----------------------|--------------------------|-------|-------|
| 215 | 54.751 | 0.000 | 0.007 |
| 216 | 49.014 | 0.000 | 0.001 |
| 80 | 45.364 | 0.001 | 0.001 |
| 248 | 40.397 | 0.003 | 0.009 |
| 255 | 40.289 | 0.003 | 0.002 |
| 207 | 38.909 | 0.005 | 0.002 |
| 256 | 37.063 | 0.008 | 0.007 |
| 9 | 36.093 | 0.010 | 0.009 |
| 243 | 35.523 | 0.012 | 0.007 |
| 242 | 35.184 | 0.013 | 0.004 |
| 277 | 34.563 | 0.016 | 0.005 |
| 95 | 34.224 | 0.017 | 0.004 |
| 206 | 34.154 | 0.018 | 0.001 |
| 246 | 33.675 | 0.020 | 0.002 |
| 100 | 33.620 | 0.020 | 0.001 |
| 27 | 31.966 | 0.032 | 0.016 |
| 190 | 31.152 | 0.039 | 0.044 |
| 31 | 30.896 | 0.041 | 0.042 |
| 44 | 30.126 | 0.050 | 0.107 |
| 253 | 29.974 | 0.052 | 0.090 |
| 62 | 29.904 | 0.053 | 0.065 |
| 137 | 29.786 | 0.055 | 0.052 |
| 2 | 29.729 | 0.055 | 0.036 |
| 59 | 29.700 | 0.056 | 0.023 |
| 160 | 29.545 | 0.058 | 0.019 |
| 182 | 29.118 | 0.064 | 0.034 |
| 112 | 29.037 | 0.065 | 0.026 |
| 213 | 28.713 | 0.071 | 0.037 |
| 234 | 28.702 | 0.071 | 0.023 |
| 181 | 28.670 | 0.071 | 0.015 |
| 262 | 27.952 | 0.084 | 0.066 |
| 209 | 27.924 | 0.085 | 0.047 |
| 220 | 27.742 | 0.089 | 0.050 |
| 244 | 27.583 | 0.092 | 0.051 |
| 90 | 27.338 | 0.097 | 0.065 |
| 133 | 27.329 | 0.097 | 0.045 |
| 254 | 27.115 | 0.102 | 0.055 |
| 241 | 26.925 | 0.106 | 0.063 |
| 269 | 26.763 | 0.110 | 0.067 |
| 53 | 26.725 | 0.111 | 0.052 |
| 194 | 26.534 | 0.116 | 0.062 |

| | | | |
|-----|--------|-------|-------|
| 123 | 26.266 | 0.123 | 0.089 |
| 210 | 26.241 | 0.124 | 0.069 |
| 259 | 26.176 | 0.125 | 0.059 |
| 240 | 26.111 | 0.127 | 0.051 |
| 57 | 26.034 | 0.129 | 0.045 |
| 219 | 25.935 | 0.132 | 0.042 |
| 163 | 25.807 | 0.136 | 0.044 |
| 193 | 25.782 | 0.136 | 0.034 |
| 176 | 25.482 | 0.145 | 0.060 |
| 22 | 25.424 | 0.147 | 0.052 |
| 222 | 25.386 | 0.148 | 0.042 |
| 6 | 25.271 | 0.152 | 0.043 |
| 32 | 25.239 | 0.153 | 0.034 |
| 20 | 25.214 | 0.154 | 0.026 |
| 208 | 25.163 | 0.155 | 0.022 |
| 127 | 25.135 | 0.156 | 0.017 |
| 247 | 24.984 | 0.161 | 0.020 |
| 153 | 24.982 | 0.161 | 0.014 |
| 224 | 24.944 | 0.162 | 0.011 |
| 33 | 24.936 | 0.163 | 0.008 |
| 8 | 24.929 | 0.163 | 0.005 |
| 138 | 24.905 | 0.164 | 0.004 |
| 186 | 24.841 | 0.166 | 0.003 |
| 198 | 24.578 | 0.175 | 0.007 |
| 146 | 24.504 | 0.178 | 0.006 |
| 261 | 24.467 | 0.179 | 0.005 |
| 245 | 24.195 | 0.189 | 0.012 |
| 276 | 24.037 | 0.195 | 0.016 |
| 46 | 23.995 | 0.196 | 0.013 |
| 237 | 23.992 | 0.196 | 0.009 |
| 91 | 23.940 | 0.198 | 0.008 |
| 263 | 23.840 | 0.202 | 0.008 |
| 40 | 23.804 | 0.204 | 0.007 |
| 231 | 23.710 | 0.208 | 0.007 |
| 39 | 23.666 | 0.209 | 0.006 |
| 43 | 23.206 | 0.228 | 0.031 |
| 68 | 23.089 | 0.233 | 0.036 |
| 257 | 23.053 | 0.235 | 0.031 |
| 142 | 23.035 | 0.236 | 0.024 |
| 106 | 22.905 | 0.242 | 0.030 |
| 74 | 22.874 | 0.243 | 0.025 |
| 151 | 22.743 | 0.249 | 0.032 |
| 108 | 22.636 | 0.254 | 0.036 |
| 7 | 22.630 | 0.254 | 0.027 |
| 229 | 22.398 | 0.265 | 0.051 |
| 73 | 22.052 | 0.282 | 0.129 |
| 23 | 21.944 | 0.287 | 0.145 |
| 205 | 21.913 | 0.289 | 0.129 |
| 147 | 21.530 | 0.308 | 0.295 |
| 82 | 21.359 | 0.317 | 0.366 |
| 34 | 21.250 | 0.323 | 0.396 |
| 204 | 21.223 | 0.325 | 0.368 |
| 113 | 20.972 | 0.338 | 0.509 |
| 239 | 20.858 | 0.345 | 0.547 |
| 236 | 20.771 | 0.350 | 0.564 |
| 221 | 20.744 | 0.351 | 0.535 |
| 270 | 20.713 | 0.353 | 0.510 |
| 271 | 20.705 | 0.353 | 0.466 |
| 86 | 20.693 | 0.354 | 0.426 |

Sample size: 277

Model: Default model

Computation of degrees of freedom

Number of distinct sample moments: 190
 Number of distinct parameters to be estimated: 51

 Degrees of freedom: 139

| | | | | | | |
|-----------|----------|--------------|--------------|--------------------|--------------------|-----------|
| 0e 10 | 0.0e+000 | -5.9493e-001 | 1.00e+004 | 2.01197993837e+003 | 0 | |
| 1.00e+004 | 1e 5 | 0.0e+000 | -8.5619e-002 | 2.68e+000 | 1.04319263667e+003 | 20 3.97e- |
| 001 | 2e 1 | 0.0e+000 | -3.3176e-003 | 1.49e+000 | 4.53422982987e+002 | 4 8.49e- |
| 001 | 3e 1 | 0.0e+000 | -1.4282e-001 | 1.02e+000 | 3.25369304309e+002 | 5 7.02e- |
| 001 | 4e 0 | 6.8e+001 | 0.0000e+000 | 4.70e-001 | 2.90217315365e+002 | 6 9.18e- |
| 001 | 5e 0 | 5.3e+001 | 0.0000e+000 | 3.88e-001 | 2.83989036421e+002 | 1 9.73e- |
| 001 | 6e 0 | 7.2e+001 | 0.0000e+000 | 4.41e-002 | 2.83551641385e+002 | 1 |
| 1.00e+000 | 7e 0 | 7.2e+001 | 0.0000e+000 | 5.55e-003 | 2.83550967114e+002 | 1 9.98e- |
| 001 | 8e 0 | 7.2e+001 | 0.0000e+000 | 3.97e-005 | 2.83550967050e+002 | 1 |
| 1.00e+000 | | | | | | |

Minimum was achieved

Chi-square = 283.551
 Degrees of freedom = 139
 Probability level = 0.000

Maximum Likelihood Estimates

| Regression Weights: Label | Estimate | S.E. | C.R. |
|---------------------------------------|----------|-------|--------|
| ----- | ----- | ----- | ----- |
| ----- | | | |
| KualitasPersepsian <----- harga | 0.226 | 0.093 | 2.413 |
| KualitasPersepsian <----- merek | 0.264 | 0.094 | 2.822 |
| KualitasPersepsian <----- garansi | 0.223 | 0.094 | 2.374 |
| KualitasPersepsian <----- coo | 0.205 | 0.093 | 2.195 |
| PengorbananPersepsian <----- harga | 0.385 | 0.110 | 3.506 |
| RisikoKinerja <- KualitasPersepsian | -0.183 | 0.060 | -3.043 |
| RisikoKeuangan <- PengorbananPerseps | 0.595 | 0.080 | 7.417 |
| RisikoKeuangan <----- RisikoKinerja | 0.187 | 0.073 | 2.556 |
| NilaiPersepsian <- KualitasPersepsia | 0.406 | 0.065 | 6.273 |
| NilaiPersepsian <----- RisikoKinerja | -0.306 | 0.082 | -3.755 |
| NilaiPersepsian <----- RisikoKeuangan | -0.211 | 0.068 | -3.102 |
| kp1 <----- KualitasPersepsian | 1.000 | | |
| kp2 <----- KualitasPersepsian | 0.739 | 0.060 | 12.272 |
| kp3 <----- KualitasPersepsian | 0.802 | 0.059 | 13.508 |
| kp4 <----- KualitasPersepsian | 0.914 | 0.063 | 14.537 |
| kp5 <----- KualitasPersepsian | 0.866 | 0.063 | 13.782 |
| pp1 <----- PengorbananPersepsian | 1.000 | | |
| pp2 <----- PengorbananPersepsian | 1.005 | 0.121 | 8.300 |

| | | | | |
|------------|-----------------|-------|-------|--------|
| pr1 <----- | RisikoKinerja | 1.000 | | |
| pr2 <----- | RisikoKinerja | 1.221 | 0.208 | 5.873 |
| fr1 <----- | RisikoKeuangan | 1.000 | | |
| fr2 <----- | RisikoKeuangan | 0.804 | 0.086 | 9.298 |
| fr3 <----- | RisikoKeuangan | 1.164 | 0.108 | 10.774 |
| np1 <----- | NilaiPersepsian | 1.000 | | |
| np4 <----- | NilaiPersepsian | 1.154 | 0.106 | 10.877 |
| np5 <----- | NilaiPersepsian | 0.878 | 0.092 | 9.556 |

Standardized Regression Weights: Estimate

| | | |
|------------------------------|-----------------------|--------|
| KualitasPersepsian <----- | harga | 0.149 |
| KualitasPersepsian <----- | merek | 0.175 |
| KualitasPersepsian <----- | garansi | 0.147 |
| KualitasPersepsian <----- | coo | 0.135 |
| PengorbananPersepsian <----- | harga | 0.245 |
| RisikoKinerja <-- | KualitasPersepsian | -0.231 |
| RisikoKeuangan <- | PengorbananPerseps | 0.694 |
| RisikoKeuangan <----- | RisikoKinerja | 0.166 |
| NilaiPersepsian <- | KualitasPersepsia | 0.449 |
| NilaiPersepsian <----- | RisikoKinerja | -0.267 |
| NilaiPersepsian <----- | RisikoKeuangan | -0.208 |
| kp1 <----- | KualitasPersepsian | 0.813 |
| kp2 <----- | KualitasPersepsian | 0.702 |
| kp3 <----- | KualitasPersepsian | 0.759 |
| kp4 <----- | KualitasPersepsian | 0.805 |
| kp5 <----- | KualitasPersepsian | 0.771 |
| pp1 <----- | PengorbananPersepsian | 0.699 |
| pp2 <----- | PengorbananPersepsian | 0.790 |
| pr1 <----- | RisikoKinerja | 0.726 |
| pr2 <----- | RisikoKinerja | 0.876 |
| fr1 <----- | RisikoKeuangan | 0.748 |
| fr2 <----- | RisikoKeuangan | 0.634 |
| fr3 <----- | RisikoKeuangan | 0.799 |
| np1 <----- | NilaiPersepsian | 0.735 |
| np4 <----- | NilaiPersepsian | 0.826 |
| np5 <----- | NilaiPersepsian | 0.651 |

| | | | | |
|-----------------|----------|--------|-------|--------|
| Covariances: | Estimate | S.E. | C.R. | |
| Label | | | | |
| ----- | ----- | ----- | ----- | |
| --- | | | | |
| harga <-----> | merek | -0.003 | 0.015 | -0.168 |
| harga <-----> | garansi | -0.018 | 0.015 | -1.199 |
| merek <-----> | garansi | -0.016 | 0.015 | -1.052 |
| harga <-----> | coo | -0.002 | 0.015 | -0.110 |
| merek <-----> | coo | 0.007 | 0.015 | 0.444 |
| garansi <-----> | coo | 0.010 | 0.015 | 0.667 |

Correlations: Estimate

| | | |
|-----------------|---------|--------|
| harga <-----> | merek | -0.010 |
| harga <-----> | garansi | -0.072 |
| merek <-----> | garansi | -0.063 |
| harga <-----> | coo | -0.007 |
| merek <-----> | coo | 0.027 |
| garansi <-----> | coo | 0.040 |

Variances: Estimate S.E. C.R.

| | | | |
|-------|--|--|--|
| Label | | | |
|-------|--|--|--|

| | | | |
|---------|-------|-------|--------|
| harga | 0.250 | 0.021 | 11.747 |
| merek | 0.250 | 0.021 | 11.747 |
| garansi | 0.248 | 0.021 | 11.747 |
| coo | 0.249 | 0.021 | 11.747 |
| zkpe | 0.520 | 0.067 | 7.816 |
| Zppe | 0.581 | 0.106 | 5.460 |
| Zrki | 0.336 | 0.071 | 4.716 |
| Zrku | 0.224 | 0.045 | 4.927 |
| Znpe | 0.284 | 0.049 | 5.810 |
| ekp1 | 0.292 | 0.033 | 8.788 |
| ekp2 | 0.320 | 0.031 | 10.291 |
| ekp3 | 0.270 | 0.028 | 9.703 |
| ekp4 | 0.258 | 0.029 | 8.955 |
| ekp5 | 0.291 | 0.031 | 9.534 |
| epp1 | 0.646 | 0.085 | 7.622 |
| epp2 | 0.375 | 0.072 | 5.205 |
| epr1 | 0.318 | 0.063 | 5.050 |
| epr2 | 0.160 | 0.086 | 1.866 |
| efr1 | 0.358 | 0.045 | 7.980 |
| efr2 | 0.435 | 0.044 | 9.839 |
| efr3 | 0.349 | 0.053 | 6.643 |
| enp1 | 0.398 | 0.048 | 8.328 |
| enp4 | 0.289 | 0.050 | 5.837 |
| enp5 | 0.490 | 0.050 | 9.722 |

Factor Score Weights

| | coo | garansi | merek | harga | np5 | np4 | np1 |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| KualitasP | 0.0250 | 0.0273 | 0.0322 | 0.0278 | 0.0133 | 0.0297 | 0.0187 |
| RisikoKin | -0.0004 | -0.0004 | -0.0005 | -0.0025 | -0.0105 | -0.0234 | -0.0147 |
| Pengorban | 0.0002 | 0.0002 | 0.0002 | 0.0951 | -0.0026 | -0.0059 | -0.0037 |
| RisikoKeu | 0.0004 | 0.0005 | 0.0006 | 0.0202 | -0.0094 | -0.0210 | -0.0132 |
| NilaiPers | 0.0029 | 0.0032 | 0.0038 | 0.0023 | 0.1498 | 0.3338 | 0.2100 |

| | fr3 | fr2 | fr1 | pr2 | pr1 | pp2 | pp1 |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| KualitasP | 0.0037 | 0.0021 | 0.0031 | -0.0068 | -0.0028 | 0.0012 | 0.0007 |
| RisikoKin | 0.0089 | 0.0049 | 0.0075 | 0.4837 | 0.1994 | -0.0087 | -0.0050 |
| Pengorban | 0.0991 | 0.0549 | 0.0830 | -0.0248 | -0.0102 | 0.3840 | 0.2218 |
| RisikoKeu | 0.2829 | 0.1568 | 0.2369 | 0.0204 | 0.0084 | 0.0797 | 0.0461 |
| NilaiPers | -0.0176 | -0.0097 | -0.0147 | -0.0447 | -0.0184 | -0.0039 | -0.0023 |

| | kp5 | kp4 | kp3 | kp2 | kp1 |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| KualitasP | 0.1887 | 0.2247 | 0.1885 | 0.1467 | 0.2175 |
| RisikoKin | -0.0027 | -0.0032 | -0.0027 | -0.0021 | -0.0031 |
| Pengorban | 0.0013 | 0.0016 | 0.0013 | 0.0010 | 0.0016 |
| RisikoKeu | 0.0033 | 0.0040 | 0.0033 | 0.0026 | 0.0038 |
| NilaiPers | 0.0221 | 0.0263 | 0.0221 | 0.0172 | 0.0255 |

Modification Indices

| Covariances: | M.I. | Par Change |
|--------------------|--------|------------|
| Zppe <-----> Zrki | 30.212 | 0.188 |
| Znpe <-----> harga | 6.025 | -0.048 |
| enp5 <-----> zkpe | 5.266 | -0.080 |
| enp4 <-----> Zrki | 4.515 | 0.057 |

| | | |
|----------------------|--------|--------|
| efr2 <-----> coo | 15.669 | -0.084 |
| efr1 <-----> coo | 9.996 | 0.065 |
| efr1 <-----> enp1 | 6.250 | 0.073 |
| epr2 <-----> Zppe | 5.416 | 0.077 |
| epr2 <-----> efr3 | 5.499 | -0.064 |
| epr2 <-----> efr1 | 4.985 | 0.058 |
| epr1 <-----> harga | 4.514 | 0.040 |
| epr1 <-----> Zppe | 5.594 | 0.079 |
| epr1 <-----> efr3 | 4.372 | 0.057 |
| epr1 <-----> efr1 | 6.349 | -0.066 |
| epp2 <-----> Zrki | 14.152 | 0.114 |
| epp1 <-----> Znpe | 5.841 | -0.086 |
| ekp5 <-----> harga | 5.273 | 0.041 |
| ekp5 <-----> enp1 | 6.753 | 0.065 |
| ekp5 <-----> epr1 | 4.469 | 0.047 |
| ekp5 <-----> epp2 | 4.557 | 0.059 |
| ekp4 <-----> ekp5 | 7.961 | 0.056 |
| ekp3 <-----> Znpe | 4.752 | -0.048 |
| ekp2 <-----> garansi | 4.086 | 0.036 |
| ekp2 <-----> Zrki | 9.251 | 0.071 |
| ekp2 <-----> epr2 | 5.360 | 0.052 |
| ekp2 <-----> ekp5 | 9.346 | -0.064 |
| ekp1 <-----> coo | 4.999 | -0.041 |
| ekp1 <-----> Zrki | 6.334 | -0.060 |
| ekp1 <-----> ekp4 | 8.128 | -0.058 |
| ekp1 <-----> ekp2 | 10.554 | 0.070 |

Variances:

| M.I. | Par Change |
|-------|------------|
| ----- | ----- |

Regression Weights:

| M.I. | Par Change |
|-------|------------|
| ----- | ----- |

| | | |
|--|--------|--------|
| RisikoKinerja <--- PengorbananPersepsian | 31.755 | 0.318 |
| PengorbananPersepsian <--- RisikoKinerja | 32.034 | 0.554 |
| NilaiPersepsian <----- harga | 6.633 | -0.201 |
| np5 <----- garansi | 4.673 | 0.196 |
| np5 <----- KualitasPersepsian | 5.082 | -0.143 |
| np5 <----- kp5 | 7.031 | -0.141 |
| np5 <----- kp3 | 5.864 | -0.137 |
| np1 <----- kp5 | 5.004 | 0.113 |
| fr2 <----- coo | 15.068 | -0.331 |
| fr2 <----- kp5 | 4.305 | -0.104 |
| fr1 <----- coo | 10.229 | 0.265 |
| fr1 <----- NilaiPersepsian | 4.168 | 0.136 |
| fr1 <----- np1 | 8.219 | 0.127 |
| pr2 <----- fr1 | 4.407 | 0.088 |
| pr2 <----- pp2 | 4.880 | 0.083 |
| pr1 <----- harga | 4.831 | 0.167 |
| pr1 <----- PengorbananPersepsian | 8.321 | 0.159 |
| pr1 <----- RisikoKeuangan | 5.285 | 0.144 |
| pr1 <----- fr3 | 7.216 | 0.104 |
| pr1 <----- fr2 | 5.030 | 0.100 |
| pr1 <----- pp2 | 7.101 | 0.101 |
| pp2 <----- RisikoKinerja | 13.192 | 0.316 |
| pp2 <----- pr2 | 12.250 | 0.198 |
| pp2 <----- pr1 | 10.526 | 0.186 |
| pp1 <----- NilaiPersepsian | 9.447 | -0.272 |
| pp1 <----- np4 | 9.955 | -0.181 |
| pp1 <----- np1 | 6.919 | -0.155 |
| pp1 <----- kp5 | 5.972 | -0.158 |
| kp5 <----- harga | 5.396 | 0.165 |
| kp5 <----- np1 | 4.237 | 0.079 |
| kp5 <----- pr1 | 4.799 | 0.095 |
| kp5 <----- kp2 | 4.322 | -0.093 |

| | | | |
|------------|---------------|-------|--------|
| kp3 <----- | np4 | 4.885 | -0.079 |
| kp2 <----- | garansi | 4.934 | 0.161 |
| kp2 <----- | RisikoKinerja | 8.598 | 0.196 |
| kp2 <----- | fr2 | 4.384 | 0.088 |
| kp2 <----- | pr2 | 9.256 | 0.132 |
| kp1 <----- | coo | 4.906 | -0.163 |
| kp1 <----- | RisikoKinerja | 5.893 | -0.165 |
| kp1 <----- | pr2 | 5.339 | -0.102 |
| kp1 <----- | pr1 | 5.023 | -0.100 |
| kp1 <----- | kp2 | 4.929 | 0.103 |

Summary of models

| Model | NPAR | CMIN | DF | P | CMIN/DF |
|--------------------|------|----------|-----|-------|---------|
| Default model | 51 | 283.551 | 139 | 0.000 | 2.040 |
| Saturated model | 190 | 0.000 | 0 | | |
| Independence model | 19 | 1927.535 | 171 | 0.000 | 11.272 |

| Model | RMR | GFI | AGFI | PGFI |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| Default model | 0.062 | 0.909 | 0.876 | 0.665 |
| Saturated model | 0.000 | 1.000 | | |
| Independence model | 0.195 | 0.462 | 0.402 | 0.416 |

| Model | DELTA1 NFI | RHO1 RFI | DELTA2 IFI | RHO2 TLI |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| Default model | 0.853 | 0.819 | 0.919 | 0.899 |
| Saturated model | 1.000 | | 1.000 | |
| Independence model | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |

| Model | PRATIO | PNFI | PCFI |
|--------------------|--------|-------|-------|
| Default model | 0.813 | 0.693 | 0.746 |
| Saturated model | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| Independence model | 1.000 | 0.000 | 0.000 |

| Model | NCP | LO 90 | HI 90 |
|--------------------|----------|----------|----------|
| Default model | 144.551 | 100.261 | 196.615 |
| Saturated model | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| Independence model | 1756.535 | 1618.999 | 1901.472 |

| Model | FMIN | F0 | LO 90 | HI 90 |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| Default model | 1.027 | 0.524 | 0.363 | 0.712 |
| Saturated model | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| Independence model | 6.984 | 6.364 | 5.866 | 6.889 |

| Model | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model | 0.061 | 0.051 | 0.072 | 0.035 |
| Independence model | 0.193 | 0.185 | 0.201 | 0.000 |

| Model | AIC | BCC | BIC | CAIC |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|
| Default model | 385.551 | 393.520 | 720.542 | 621.376 |
| Saturated model | 380.000 | 409.688 | 1628.007 | 1258.563 |
| Independence model | 1965.535 | 1968.504 | 2090.336 | 2053.392 |

| Model | ECVI | LO 90 | HI 90 | MECVI |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| Default model | 1.397 | 1.236 | 1.586 | 1.426 |
| Saturated model | 1.377 | 1.377 | 1.377 | 1.484 |
| Independence model | 7.122 | 6.623 | 7.647 | 7.132 |

| Model | HOELTER .05 | HOELTER .01 |
|--------------------|----------------|----------------|
| Default model | 164 | 176 |
| Independence model | 29 | 32 |

Execution time summary:

Minimization: 0.047
Miscellaneous: 0.516
Bootstrap: 0.000
Total: 0.563

| No | GNDR | USIA | PEND. | MOTOR | KHP | KP1 | KP2 | KP3 | KP4 | KP5 | NP1 | NP2 | NP3 | NP4 | NP5 | PP1 | PP2 | PP3 | FR1 | FR2 | FR3 | PR1 | PR2 | HG | MRK | COO | GAR |
|----|------|------|-------|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|-----|-----|
| 1 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | 2 | 21 | 1 | YAMAHA | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | 2 | 19 | 1 | HONDA | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 4 | 2 | 23 | 1 | YAMAHA | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5 | 2 | 21 | 1 | YAMAHA | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 6 | 2 | 24 | 1 | YAMAHA | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 7 | 2 | 23 | 1 | HONDA | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 8 | 1 | 25 | 1 | HONDA | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 5 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 9 | 2 | 23 | 1 | SUZUKI | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 10 | 2 | 18 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 11 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 12 | 2 | 23 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 13 | 1 | 26 | 2 | HONDA | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 14 | 2 | 23 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 15 | 2 | 24 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 16 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 1 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 17 | 2 | 26 | 1 | HONDA | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 18 | 2 | 22 | 1 | HONDA | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 19 | 2 | 19 | 1 | HONDA | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 20 | 2 | 20 | 1 | SUZUKI | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 21 | 2 | 23 | 1 | HONDA | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 22 | 2 | 22 | 1 | SUZUKI | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 23 | 2 | 22 | 1 | YAMAHA | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 24 | 2 | 22 | 1 | HONDA | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 25 | 2 | 23 | 1 | SUZUKI | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 5 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 26 | 2 | 20 | 1 | SUZUKI | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 27 | 1 | 18 | 1 | YAMAHA | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 28 | 2 | 24 | 1 | SUZUKI | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 29 | 2 | 19 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 30 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 31 | 2 | 21 | 1 | YAMAHA | 1 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 32 | 2 | 22 | 1 | YAMAHA | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 33 | 2 | 23 | 1 | HONDA | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 34 | 2 | 22 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 35 | 2 | 23 | 1 | HONDA | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 36 | 2 | 22 | 1 | HONDA | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 37 | 2 | 22 | 1 | YAMAHA | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 38 | 2 | 19 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 39 | 1 | 20 | 1 | SUZUKI | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 40 | 1 | 20 | 1 | YAMAHA | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 41 | 1 | 22 | 1 | HONDA | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 42 | 1 | 22 | 1 | HONDA | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 43 | 1 | 23 | 1 | YAMAHA | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 44 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 1 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 45 | 2 | 22 | 1 | HONDA | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 46 | 1 | 22 | 1 | YAMAHA | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 47 | 1 | 22 | 1 | HONDA | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 48 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 49 | 2 | 20 | 3 | HONDA | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 50 | 1 | 24 | 1 | SUZUKI | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 51 | 2 | 23 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 52 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 53 | 2 | 19 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 54 | 2 | 22 | 1 | HONDA | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 55 | 2 | 24 | 2 | SUZUKI | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 56 | 2 | 18 | 1 | SUZUKI | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 57 | 2 | 24 | 1 | YAMAHA | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 58 | 1 | 25 | 3 | YAMAHA | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 59 | 2 | 23 | 1 | SUZUKI | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|----|---|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 60 | 2 | 18 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | |
| 61 | 2 | 20 | 3 | YAMAHA | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | |
| 62 | 2 | 19 | 1 | HONDA | 2 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | |
| 63 | 2 | 23 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | |
| 64 | 1 | 24 | 3 | YAMAHA | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 3 | 2 | 1 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | |
| 65 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 | |
| 66 | 2 | 23 | 1 | HONDA | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | |
| 67 | 1 | 24 | 3 | HONDA | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | |
| 68 | 2 | 24 | 1 | SUZUKI | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | |
| 69 | 2 | 21 | 1 | SUZUKI | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | |
| 70 | 2 | 21 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | |
| 71 | 2 | 23 | 1 | HONDA | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | |
| 72 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | |
| 73 | 2 | 22 | 1 | SUZUKI | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | |
| 74 | 2 | 22 | 1 | MOCIN | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | |
| 75 | 2 | 22 | 1 | HONDA | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | |
| 76 | 2 | 23 | 1 | MOCIN | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | |
| 77 | 2 | 20 | 1 | SUZUKI | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | |
| 78 | 2 | 22 | 1 | HONDA | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | |
| 79 | 2 | 23 | 1 | HONDA | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | |
| 80 | 1 | 19 | 1 | YAMAHA | 2 | 1 | 4 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | |
| 81 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | |
| 82 | 2 | 20 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 83 | 1 | 20 | 1 | YAMAHA | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 84 | 1 | 20 | 1 | SUZUKI | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 85 | 2 | 19 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 86 | 2 | 22 | 1 | HONDA | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 87 | 2 | 21 | 1 | YAMAHA | 1 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 88 | 2 | 19 | 1 | HONDA | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 89 | 2 | 19 | 3 | HONDA | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 90 | 2 | 19 | 3 | YAMAHA | 1 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 91 | 1 | 23 | 3 | YAMAHA | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 92 | 1 | 22 | 1 | HONDA | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 93 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 94 | 2 | 22 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 95 | 1 | 22 | 1 | MOCIN | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 96 | 2 | 22 | 1 | HONDA | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 97 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 98 | 2 | 22 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 99 | 2 | 20 | 1 | SUZUKI | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | |
| 100 | 2 | 19 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| 101 | 2 | 24 | 1 | YAMAHA | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| 102 | 2 | 20 | 3 | HONDA | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| 103 | 2 | 20 | 3 | YAMAHA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| 104 | 2 | 21 | 1 | SUZUKI | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| 105 | 1 | 18 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| 106 | 2 | 23 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| 107 | 2 | 20 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| 108 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 1 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| 109 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| 110 | 2 | 22 | 1 | HONDA | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| 111 | 2 | 20 | 1 | SUZUKI | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| 112 | 2 | 22 | 3 | HONDA | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | |
| 113 | 2 | 22 | 3 | HONDA | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | |
| 114 | 2 | 23 | 1 | HONDA | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 1 | |
| 115 | 2 | 24 | 1 | YAMAHA | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | |
| 116 | 2 | 22 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | |
| 117 | 2 | 23 | 1 | YAMAHA | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 1 | |
| 118 | 2 | 21 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 119 | 1 | 21 | 1 | HONDA | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 2 | 1 | 1 | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|----|---|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 120 | 1 | 22 | 1 | HONDA | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | |
| 121 | 1 | 25 | 2 | HONDA | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | |
| 122 | 2 | 25 | 2 | MOCIN | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | |
| 123 | 2 | 26 | 2 | MOCIN | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | |
| 124 | 1 | 26 | 2 | YAMAHA | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | | |
| 125 | 2 | 26 | 2 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | |
| 126 | 2 | 23 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | |
| 127 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | |
| 128 | 2 | 20 | 1 | SUZUKI | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | |
| 129 | 2 | 19 | 1 | YAMAHA | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | |
| 130 | 2 | 20 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | |
| 131 | 2 | 20 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | |
| 132 | 2 | 23 | 1 | MOCIN | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | |
| 133 | 2 | 22 | 3 | HONDA | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | |
| 134 | 2 | 22 | 3 | YAMAHA | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | |
| 135 | 2 | 19 | 3 | HONDA | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | |
| 136 | 1 | 18 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | |
| 137 | 1 | 19 | 1 | HONDA | 2 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | |
| 138 | 2 | 25 | 1 | HONDA | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| 139 | 1 | 27 | 2 | YAMAHA | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | |
| 140 | 2 | 24 | 1 | MOCIN | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | |
| 141 | 2 | 25 | 2 | HONDA | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | |
| 142 | 1 | 19 | 1 | HONDA | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | |
| 143 | 1 | 20 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | |
| 144 | 1 | 26 | 2 | YAMAHA | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | |
| 145 | 2 | 27 | 2 | HONDA | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 146 | 1 | 24 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 147 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 148 | 2 | 20 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 149 | 2 | 22 | 1 | SUZUKI | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 150 | 1 | 18 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 151 | 2 | 23 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 152 | 2 | 20 | 1 | MOCIN | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 153 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 154 | 2 | 22 | 1 | HONDA | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 155 | 2 | 20 | 3 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 156 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | |
| 157 | 2 | 22 | 1 | HONDA | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 158 | 2 | 23 | 1 | HONDA | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 159 | 2 | 24 | 1 | MOCIN | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 160 | 2 | 19 | 1 | HONDA | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 161 | 2 | 23 | 1 | YAMAHA | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 162 | 2 | 21 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 163 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 164 | 2 | 22 | 1 | HONDA | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 165 | 2 | 19 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 166 | 2 | 22 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 167 | 2 | 23 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | |
| 168 | 2 | 19 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 169 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 170 | 2 | 23 | 1 | YAMAHA | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 171 | 2 | 22 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| 172 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 173 | 2 | 20 | 1 | SUZUKI | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 174 | 1 | 22 | 1 | HONDA | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 175 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 176 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 177 | 2 | 23 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 178 | 2 | 20 | 1 | SUZUKI | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | |
| 179 | 2 | 22 | 1 | HONDA | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|----|---|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 240 | 1 | 24 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 241 | 2 | 21 | 1 | YAMAHA | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 242 | 2 | 23 | 1 | YAMAHA | 1 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 243 | 2 | 23 | 1 | YAMAHA | 1 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 244 | 2 | 20 | 1 | MOCIN | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 245 | 1 | 23 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 246 | 1 | 22 | 1 | HONDA | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| 247 | 1 | 19 | 1 | YAMAHA | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 248 | 1 | 21 | 1 | YAMAHA | 1 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| 249 | 1 | 20 | 1 | YAMAHA | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 250 | 1 | 19 | 1 | YAMAHA | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| 251 | 1 | 19 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 252 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| 253 | 2 | 21 | 1 | SUZUKI | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 254 | 1 | 23 | 1 | SUZUKI | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| 255 | 1 | 24 | 1 | SUZUKI | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 256 | 2 | 23 | 1 | SUZUKI | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| 257 | 1 | 20 | 1 | HONDA | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 258 | 1 | 21 | 1 | HONDA | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| 259 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 1 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 260 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 261 | 2 | 25 | 1 | HONDA | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 262 | 1 | 25 | 1 | HONDA | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 263 | 1 | 21 | 1 | HONDA | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 264 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 265 | 2 | 25 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 266 | 2 | 25 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 267 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| 268 | 2 | 20 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 269 | 2 | 19 | 1 | HONDA | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| 270 | 1 | 19 | 1 | HONDA | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 |
| 271 | 1 | 21 | 1 | YAMAHA | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| 272 | 1 | 20 | 1 | YAMAHA | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 273 | 2 | 25 | 1 | MOCIN | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| 274 | 2 | 26 | 2 | MOCIN | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 275 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| 276 | 2 | 21 | 1 | HONDA | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 277 | 1 | 20 | 1 | MOCIN | 1 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 |