

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Yohanes Parningotan

Tempat dan Tanggal Lahir : Serang, 11 Juni 1985

Alamat : Jl Raya Cilegon km. 5 Taman Baru Serang
Banten

Nomor telepon, surat elektronik :081314213577
[,john_parningotan@telkom.net](mailto:john_parningotan@telkom.net)

Nama Orang tua : Ayah : M. Silaen
: Ibu : H. Panjaitan (alm)

Riwayat pendidikan formal :

SD : SD. Mardi Yuana Serang

SMP : SLTPN 1 Serang

SMA : SMUN 1 Serang

D-3 : Diploma III Administrasi Keuangan dan Perbankan Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, Depok



LAMPIRAN I

KUESIONER



BAJAJ

No.Kuesioner :

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa S1 Ekstensi Jurusan Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), Pengetahuan Produk dan Keterlibatan Produk terhadap *Repurchase Intention*.”.

Untuk itu kami minta kesediaan bapak / ibu / Sdr / I untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan lengkap dan benar, semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis semata.

Jawaban yang bapak / ibu / Sdr / I berikan dalam kuesioner ini sangat berarti bagi kami dalam menyelesaikan penelitian yang kami lakukan.

Atas kesediaan dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih.

Yohanes Parningotan

0606057445

Ilmu Administrasi Niaga FISIP UI

Kuesioner

Identitas responden :

1. Apakah anda mempunyai motor Bajaj ?
 - A. YA
 - B. Tidak
2. Jenis kelamin :
 1. Laki-laki
 2. Perempuan
3. Umur :
 1. 17-22 tahun
 2. 23-27 tahun
 3. 28-32 tahun
 4. 33-37 tahun
 5. 38-42 tahun
 6. > 42 tahun
4. Pendidikan :
 1. SD
 2. SLTP
 3. SMA
 4. Diploma
 5. S1
 6. S2
 7. Lainnya...
5. Pekerjaan :
 1. Mahasiswa
 2. Karyawan
 3. Wiraswasta
 4. Lainnya...
6. Berapa biaya yang dikeluarkan saat membeli produk motor?
 1. \leq Rp.10.000.000
 2. Rp.10.000.001,00 - Rp.15.000.000,00
 3. Rp.15.000.001,00 – Rp.20.000.000,00
 4. Rp.20.000.001,00 – Rp.25.000.000,00
 5. Rp.25.000.001,00 – Rp.30.000.000,00
 6. > Rp.30.000.000,00
7. Apakah anda mengetahui asal merek motor Bajaj?
 1. Ya..... (Silakan isi bila anda tahu)
 2. Tidak

Keterangan untuk mengisi kuesioner di bawah ini adalah :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

RR : Ragu-ragu

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Citra merek sepeda motor Bajaj**.

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
8	Merek Bajaj adalah merek yang inovatif.	1	2	3	4	5
9	Merek Bajaj adalah merek yang termasuk level tinggi dalam perkembangan teknologi.	1	2	3	4	5
10	Merek Bajaj adalah merek penghasil produk motor yang handal.	1	2	3	4	5
11	Merek Bajaj adalah merek penghasil produk motor dengan disain yang bagus.	1	2	3	4	5
12	Merek Bajaj adalah merek penghasil produk motor yang kreatif.	1	2	3	4	5
13	Merek Bajaj adalah merek yang mampu merespon permintaan pasar.	1	2	3	4	5
14	Merek Bajaj adalah merek yang memiliki citra baik di mata konsumen.	1	2	3	4	5

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Pengetahuan konsumen tentang produk**.

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
15	Saya dapat dengan cepat mengidentifikasi produk motor Bajaj kendatipun ditempatkan berdampingan dengan motor lain.	1	2	3	4	5
16	Saya senantiasa mengikuti perkembangan produk motor Bajaj.	1	2	3	4	5
17	Pengetahuan saya tentang otomotif membantu saya untuk mengetahui secara teknis tentang produk motor Bajaj.	1	2	3	4	5
18	Saya dapat menyebutkan hampir semua varian dari produk motor Bajaj.	1	2	3	4	5

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Keterlibatan produk**.

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
19	Bagi saya motor Bajaj sesuai dengan gaya hidup saya.	1	2	3	4	5
20	Bagi saya motor Bajaj dapat menggambarkan jati diri saya.	1	2	3	4	5
21	Bagi saya motor Bajaj dapat memberikan saya kesenangan.	1	2	3	4	5
22	Bagi saya motor Bajaj dapat membedakan saya dengan orang lain.	1	2	3	4	5
23	Bagi saya membeli motor Bajaj merupakan hadiah bagi diri saya sendiri.	1	2	3	4	5

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Repurchase intention**.

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
24	Saya akan mengklarifikasikan diri sebagai pelanggan setia motor Bajaj.	1	2	3	4	5
25	Saya tidak akan berpindah ke produk motor lain untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik.	1	2	3	4	5
26	Saya akan tetap membeli motor Bajaj walaupun harus membayar dengan harga yang lebih mahal.	1	2	3	4	5
27	Saya akan tetap membeli motor Bajaj dikemudian hari.	1	2	3	4	5



LAMPIRAN I

KUESIONER



No.Kuesioner :

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa S1 Ekstensi Jurusan Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Citra Merek (*Brand Origin Image*), Pengetahuan Produk dan Keterlibatan Produk terhadap *Repurchase Intention*.”.

Untuk itu kami minta kesediaan bapak / ibu / Sdr / I untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan lengkap dan benar, semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis semata.

Jawaban yang bapak / ibu / Sdr / I berikan dalam kuesioner ini sangat berarti bagi kami dalam menyelesaikan penelitian yang kami lakukan.

Atas kesedian dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih.

Yohanes Parningotan

0606057445

Ilmu Administrasi Niaga FISIP UI

Kuesioner

Identitas responden :

1. Apakah anda mempunyai motor Honda ?
 - A. YA
 - B. Tidak
2. Jenis kelamin :
 1. Laki-laki
 2. Perempuan
3. Umur :
 1. 17-22 tahun
 2. 23-27 tahun
 3. 28-32 tahun
 4. 33-37 tahun
 5. 38-42 tahun
 6. > 42 tahun
4. Pendidikan :
 1. SD
 2. SLTP
 3. SMA
 4. Diploma
 5. S1
 6. S2
 7. Lainnya...
5. Pekerjaan :
 1. Mahasiswa
 2. Karyawan
 3. Wiraswasta
 4. Lainnya....
6. Berapa biaya yang dikeluarkan saat membeli produk motor?
 1. \leq Rp.10.000.000
 2. Rp.10.000.001,00 - Rp.15.000.000,00
 3. Rp.15.000.001,00 – Rp.20.000.000,00
 4. Rp.20.000.001,00 – RP.25.000.000,00
 5. Rp.25.000.001,00 – Rp.30.000.000,00
 6. > Rp.30.000.000,00
7. Apakah anda mengetahui asal merek motor Honda?
 1. Ya.....(Silakan isi bila anda tahu)
 2. Tidak

Keterangan untuk mengisi kuesioner di bawah ini adalah :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

RR : Ragu-ragu

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Citra merek produk sepeda motor Honda.**

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
8	Merek Honda adalah merek yang inovatif.	1	2	3	4	5
9	Merek Honda adalah merek yang termasuk level tinggi dalam perkembangan teknologi.	1	2	3	4	5
10	Merek Honda adalah merek penghasil produk motor yang handal.	1	2	3	4	5
11	Merek Honda adalah merek penghasil produk motor dengan disain yang bagus.	1	2	3	4	5
12	Merek Honda adalah merek penghasil produk motor yang kreatif.	1	2	3	4	5
13	Merek Honda adalah merek yang mampu merespon permintaan pasar.	1	2	3	4	5
14	Merek Honda adalah merek yang memiliki citra baik di mata konsumen.	1	2	3	4	5

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Pengetahuan konsumen tentang produk.**

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
15	Saya dapat dengan cepat mengidentifikasi produk motor Honda kendatipun ditempatkan berdampingan dengan motor lain.	1	2	3	4	5
16	Saya senantiasa mengikuti perkembangan produk motor Honda.	1	2	3	4	5
17	Pengetahuan saya tentang otomotif membantu saya untuk mengetahui secara teknis tentang produk motor Honda.	1	2	3	4	5
18	Saya dapat menyebutkan hampir semua varian dari produk motor Honda.	1	2	3	4	5

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Keterlibatan produk**.

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
19	Bagi saya motor Honda sesuai dengan gaya hidup saya.	1	2	3	4	5
20	Bagi saya motor Honda dapat menggambarkan jati diri saya.	1	2	3	4	5
21	Bagi saya motor Honda dapat memberikan saya kesenangan.	1	2	3	4	5
22	Bagi saya motor Honda dapat membedakan saya dengan orang lain.	1	2	3	4	5
23	Bagi saya membeli motor Honda merupakan hadiah bagi diri saya sendiri.	1	2	3	4	5

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Repurchase intention**.

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
24	Saya akan mengklarifikasikan diri sebagai pelanggan setia motor Honda.	1	2	3	4	5
25	Saya tidak akan berpindah ke produk motor lain untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik.	1	2	3	4	5
26	Saya akan tetap membeli motor Honda walaupun harus membayar dengan harga yang lebih mahal.	1	2	3	4	5
27	Saya akan tetap membeli motor Honda dikemudian hari.	1	2	3	4	5

LAMPIRAN I

KUESIONER



No.Kuesioner :

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa S1 Ekstensi Jurusan Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), Pengetahuan Produk dan Keterlibatan Produk terhadap *Repurchase Intention*.”.

Untuk itu kami minta kesediaan bapak / ibu / Sdr / I untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan lengkap dan benar, semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis semata.

Jawaban yang bapak / ibu / Sdr / I berikan dalam kuesioner ini sangat berarti bagi kami dalam menyelesaikan penelitian yang kami lakukan.

Atas kesedian dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih.

Yohanes Parningotan

0606057445

Ilmu Administrasi Niaga FISIP UI

Identitas responden :

1. Apakah anda mempunyai motor Kanzen ?
 - A. YA
 - B. Tidak
2. Jenis kelamin :
 1. Laki-laki
 2. Perempuan
3. Umur :
 1. 17-22 tahun
 2. 23-27 tahun
 3. 28-32 tahun
 4. 33-37 tahun
 5. 38-42 tahun
 6. > 42 tahun
4. Pendidikan :
 1. SD
 2. SLTP
 3. SMA
 4. Diploma
 5. S1
 6. S2
 7. Lainnya...
5. Pekerjaan :
 1. Mahasiswa
 2. Karyawan
 3. Wiraswasta
 4. Lainnya...
6. Berapa biaya yang dikeluarkan saat membeli produk motor?
 1. ≤ Rp.10.000.000
 2. Rp.10.000.001,00 - Rp.15.000.000,00
 3. Rp.15.000.001,00 – Rp.20.000.000,00
 4. Rp.20.000.001,00 – Rp.25.000.000,00
 5. Rp.25.000.001,00 – Rp.30.000.000,00
 6. > Rp.30.000.000,00
7. Apakah anda mengetahui asal merek motor Kanzen?
 1. Ya.....(Silakan isi bila anda tahu)
 2. Tidak

Keterangan untuk mengisi kuesioner di bawah ini adalah :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

RR : Ragu-ragu

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Citra merek produk sepeda motor Kanzen** .

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
8	Merek Kanzen adalah merek yang inovatif.	1	2	3	4	5
9	Merek Kanzen adalah merek yang termasuk level tinggi dalam perkembangan teknologi.	1	2	3	4	5
10	Merek Kanzen adalah merek a penghasil produk motor yang handal.	1	2	3	4	5
11	Merek Kanzen adalah merek penghasil produk motor dengan disain yang bagus.	1	2	3	4	5
12	Merek adalah merek penghasil produk motor yang kreatif.	1	2	3	4	5
13	Merek Kanzen adalah merek yang mampu merespon permintaan pasar.	1	2	3	4	5
14	Merek Kanzen adalah merek yang memiliki citra baik di mata konsumen.	1	2	3	4	5

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Pengetahuan konsumen tentang produk**.

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
15	Saya dapat dengan cepat mengidentifikasi produk motor Kanzen kendatipun ditempatkan berdampingan dengan motor lain.	1	2	3	4	5
16	Saya senantiasa mengikuti perkembangan produk motor Kanzen.	1	2	3	4	5
17	Pengetahuan saya tentang otomotif membantu saya untuk mengetahui secara teknis tentang produk motor Kanzen.	1	2	3	4	5
18	Saya dapat menyebutkan hampir semua varian dari produk motor Kanzen.	1	2	3	4	5

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Keterlibatan produk**.

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
19	Bagi saya motor Kanzen sesuai dengan gaya hidup saya.	1	2	3	4	5
20	Bagi saya motor Kanzen dapat menggambarkan jati diri saya.	1	2	3	4	5
21	Bagi saya motor Kanzen dapat memberikan saya kesenangan.	1	2	3	4	5
22	Bagi saya motor Kanzen dapat membedakan saya dengan orang lain.	1	2	3	4	5
23	Bagi saya membeli motor Kanzen merupakan hadiah bagi diri saya sendiri.	1	2	3	4	5

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Repurchase intention**.

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
24	Saya akan mengklarifikasikan diri sebagai pelanggan setia motor Kanzen.	1	2	3	4	5
25	Saya tidak akan berpindah ke produk motor lain untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik.	1	2	3	4	5
26	Saya akan tetap membeli motor Kanzen walaupun harus membayar dengan harga yang lebih mahal.	1	2	3	4	5
27	Saya akan tetap membeli motor Kanzen dikemudian hari.	1	2	3	4	5



LAMPIRAN I

KUESIONER



No.Kuesioner :

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa S1 Ekstensi Jurusan Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Citra Merek (*Country of Origin Image*), Pengetahuan Produk dan keterlibatan Produk terhadap *Repurchase Intention*.”.

Untuk itu kami minta kesediaan bapak / ibu / Sdr / I untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan lengkap dan benar, semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis semata.

Jawaban yang bapak / ibu / Sdr / I berikan dalam kuesioner ini sangat berarti bagi kami dalam menyelesaikan penelitian yang kami lakukan.

Atas kesedian dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih.

Yohanes Parningotan

0606057445

Ilmu Administrasi Niaga FISIP UI

Kuesioner

Identitas responden :

1. Apakah anda mempunyai motor Kymco ?
 - A. YA
 - B. Tidak
2. Jenis kelamin :
 1. Laki-laki
 2. Perempuan
3. Umur :
 1. 17-22 tahun
 2. 23-27 tahun
 3. 28-32 tahun
 4. 33-37 tahun
 5. 38-42 tahun
 6. > 42 tahun
4. Pendidikan :
 1. SD
 2. SLTP
 3. SMA
 4. Diploma
 5. S1
 6. S2
 7. Lainnya...
5. Pekerjaan :
 1. Mahasiswa
 2. Karyawan
 3. Wiraswasta
 4. Lainnya...
6. Berapa biaya yang dikeluarkan saat membeli produk motor?
 1. Rp.5.000.000,00 – Rp. 10.000.000,00
 2. Rp.11.000.000,00 - Rp.15.000.000,00
 3. Rp.16.000.000,00 – Rp.20.000.000,00
 4. Rp.21.000.000,00 – RP.25.000.000,00
 5. Rp.26.000.000,00 – Rp.30.000.000,00
 6. > Rp.30.000.000,00
7. Apakah anda mengetahui asal merek motor Kymco?
 1. Ya.....(Silakan isi bila anda tahu)
 2. Tidak

Keterangan untuk mengisi kuesioner di bawah ini adalah :

- STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 RR : Ragu-ragu
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Citra dari merek sepeda motor Kymco** .

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
8	Negara Taiwan asal merek Kymco adalah negara yang inovatif.	1	2	3	4	5
9	Merek Kymco adalah merek yang termasuk level tinggi dalam perkembangan teknologi.	1	2	3	4	5
10	Merek Kymco adalah merek penghasil produk motor yang handal.	1	2	3	4	5
11	Merek Kymco adalah merek penghasil produk motor dengan disain yang bagus.	1	2	3	4	5
12	Merek Kymco adalah merek a penghasil produk motor yang kreatif.	1	2	3	4	5
13	Merek Kymco adalah merek yang mampu merespon permintaan pasar.	1	2	3	4	5
14	Merek Kymco adalah merek yang memiliki citra baik di mata konsumen.	1	2	3	4	5

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Pengetahuan konsumen tentang produk**.

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
15	Saya dapat dengan cepat mengidentifikasi produk motor Kymco kendatipun ditempatkan berdampingan dengan motor lain	1	2	3	4	5
16	Saya senantiasa mengikuti perkembangan produk motor Kymco	1	2	3	4	5
17	Pengetahuan saya tentang otomotif membantu saya untuk mengetahui secara teknis tentang produk motor Kymco	1	2	3	4	5
18	Saya dapat menyebutkan hampir semua varian dari produk motor Kymco	1	2	3	4	5

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Keterlibatan produk**.

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
19	Bagi saya motor Kymco sesuai dengan gaya hidup saya.	1	2	3	4	5
20	Bagi saya motor Kymco dapat menggambarkan jati diri saya	1	2	3	4	5
21	Bagi saya motor Kymco dapat memberikan saya kesenangan	1	2	3	4	5
22	Bagi saya motor Kymco dapat membedakan saya dengan orang lain	1	2	3	4	5
23	Bagi saya membeli motor Kymco merupakan hadiah bagi diri saya sendiri	1	2	3	4	5

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (x) pada skala yang dianggap paling mewakili jawaban anda yang mengindikasikan **Repurchase intention**.

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
24	Saya akan mengklarifikasikan diri sebagai pelanggan setia motor Kymco	1	2	3	4	5
25	Saya tidak akan berpindah ke produk motor lain untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik	1	2	3	4	5
26	Saya akan tetap membeli motor Kymco walaupun harus membayar dengan harga yang lebih mahal.	1	2	3	4	5
27	Saya akan tetap membeli motor Kymco dikemudian hari.	1	2	3	4	5

LAMPIRAN II



Hasil Pengolahan Data SPSS

Validitas

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.886
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	661.566
	df	21
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.092	72.746	72.746	5.092	72.746	72.746
2	.506	7.228	79.974			
3	.389	5.564	85.538			
4	.329	4.702	90.240			
5	.307	4.382	94.622			
6	.241	3.441	98.064			
7	.136	1.936	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component
	1
Citra 1: Merek Inovatif	.878
Citra 2: Merek Level tinggi dalam perkembangan teknologi	.837
Citra 3: Merek Penghasil produk handal	.849
Citra 4: Merek Penghasil prduk motor dengan desain bagus	.861
Citra 5: Merek penghasil produk yang kreatif	.853
Citra 6: Merek yang mampu merespon pasar	.871
Citra 7: Merek yang memiliki citra baik di mata konsumen	.819

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted **KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.821
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	332.681
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrice

		Pengetahuan 1: Dapat mengidentifikasi produk motor walau berdampingan dengan produk maotr lain	Pengetahuan 2: Senantiasa mengikuti perkembangan produk motor	Pengetahuan 3: Pengetahuan yang dimiliki tentang otomotif membantu secara teknis tentang produk motor	Pengetahuan 4: Dapat menyebutkan hampir semua varian produk motor
Anti-image Covariance	Pengetahuan 1: Dapat mengidentifikasi produk motor walau berdampingan dengan produk maotr lain	.571	-.050	-.104	-.032
	Pengetahuan 2: Senantiasa mengikuti perkembangan produk motor	-.050	.222	-.128	-.137
	Pengetahuan 3: Pengetahuan yang dimiliki tentang otomotif membantu secara teknis tentang produk motor	-.104	-.128	.280	-.056
	Pengetahuan 4: Dapat menyebutkan hampir semua varian produk motor	-.032	-.137	-.056	.321
Anti-image Correlation	Pengetahuan 1: Dapat mengidentifikasi produk motor walau berdampingan dengan produk maotr lain	.922(a)	-.141	-.259	-.076
	Pengetahuan 2: Senantiasa mengikuti perkembangan produk motor	-.141	.761(a)	-.512	-.511
	Pengetahuan 3: Pengetahuan yang dimiliki tentang otomotif membantu secara teknis tentang produk motor	-.259	-.512	.818(a)	-.186

Pengetahuan 4: Dapat menyebutkan hampir semua varian produk motor	-076	-511	-186	.835(a)
---	------	------	------	---------

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
Pengetahuan 1: Dapat mengidentifikasi produk motor walau berdampingan dengan produk maotr lain	1.000	.612
Pengetahuan 2: Senantiasa mengikuti perkembangan produk motor	1.000	.867
Pengetahuan 3: Pengetahuan yang dimiliki tentang otomotif membantu secara teknis tentang produk motor	1.000	.836
Pengetahuan 4: Dapat menyebutkan hampir semua varian produk motor	1.000	.792

Extraction Method: Principal Component Analysis

Component Matrix(a)

	Component 1
Pengetahuan 1: Dapat mengidentifikasi produk motor walau berdampingan dengan produk maotr lain	.782
Pengetahuan 2: Senantiasa mengikuti perkembangan produk motor	.931
Pengetahuan 3: Pengetahuan yang dimiliki tentang otomotif membantu secara teknis tentang produk motor	.914
Pengetahuan 4: Dapat menyebutkan hampir semua varian produk motor	.890

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 1 components extracted.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.840
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	569.010
	df	10
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.058	81.162	81.162	4.058	81.162	81.162
2	.366	7.325	88.487			
3	.273	5.452	93.939			
4	.217	4.341	98.279			
5	.086	1.721	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component
	1
Keterlibatan 1: Motor sesuai dengan gaya hidup	.869
Keterlibatan 2: Motor dapat menggambarkan jati diri	.909
Keterlibatan 3: Motor dapat memberikan kesenangan	.947
Keterlibatan 4: Motor dapat membedakan dengan orang lain	.864
Keterlibatan 5: Motor merupakan hadiah bagi diri sendiri	.913

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.806
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	349.878
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		Intention 1: Mengklarifikasi kan sebagai pelanggan setia motor	Intention 2: Tidak akan berpindah ke produk lain untuk mendapat pelayanan yang lebih baik	Intention 3: Akan tetap membeli walaupun harus membayar dengan harga yang lebih mahal	Intention 4: Akan tetap membeli dikemudian hari
Anti-image Covariance	Intention 1: Mengklarifikasikan sebagai pelanggan setia motor	.198	-.097	-.114	-.111
	Intention 2: Tidak akan berpindah ke produk lain untuk mendapat pelayanan yang lebih baik	-.097	.563	-.079	.062
	Intention 3: Akan tetap membeli walaupun harus membayar dengan harga yang lebih mahal	-.114	-.079	.230	-.081
	Intention 4: Akan tetap membeli dikemudian hari	-.111	.062	-.081	.334
Anti-image Correlation	Intention 1: Mengklarifikasikan sebagai pelanggan setia motor	.761(a)	-.290	-.536	-.433
	Intention 2: Tidak akan berpindah ke produk lain untuk mendapat pelayanan yang lebih baik	-.290	.869(a)	-.219	.143
	Intention 3: Akan tetap membeli walaupun harus membayar dengan harga yang lebih mahal	-.536	-.219	.803(a)	-.293
	Intention 4: Akan tetap membeli dikemudian hari	-.433	.143	-.293	.831(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
Intention 1: Mengklarifikasikan sebagai pelanggan setia motor	1.000	.892
Intention 2: Tidak akan berpindah ke produk lain untuk mendapat pelayanan yang lebih baik	1.000	.574
Intention 3: Akan tetap membeli walaupun harus membayar dengan harga yang lebih mahal	1.000	.869
Intention 4: Akan tetap membeli dikemudian hari	1.000	.757

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.092	77.289	77.289	3.092	77.289	77.289
2	.560	13.997	91.286			
3	.212	5.311	96.597			
4	.136	3.403	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component
	1
Intention 1: Mengklarifikasikan sebagai pelanggan setia motor	.944
Intention 2: Tidak akan berpindah ke produk lain untuk mendapat pelayanan yang lebih baik	.758
Intention 3: Akan tetap membeli walaupun harus membayar dengan harga yang lebih mahal	.932
Intention 4: Akan tetap membeli dikemudian hari	.870

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 1 components extracted.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	120	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Citra 1: Merek Inovatif	3.08	1.050	120
Citra 2: Merek Level tinggi dalam perkembangan teknologi	3.10	1.088	120
Citra 3: Merek Penghasil produk handal	2.85	.932	120
Citra 4: Merek Penghasil prduk motor dengan desain bagus	2.99	1.033	120
Citra 5: Merek penghasil produk yang kreatif	2.98	.983	120
Citra 6: Merek yang mampu merespon pasar	2.93	1.051	120
Citra 7: Merek yang memiliki citra baik di mata konsumen	2.91	1.309	120

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20.84	40.235	6.343	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Citra 1: Merek Inovatif	17.76	29.681	.826	.921
Citra 2: Merek Level tinggi dalam perkembangan teknologi	17.74	29.790	.780	.925
Citra 3: Merek Penghasil produk handal	17.99	31.134	.792	.925
Citra 4: Merek Penghasil prduk motor dengan desain bagus	17.85	30.145	.795	.924
Citra 5: Merek penghasil produk yang kreatif	17.87	30.638	.793	.924
Citra 6: Merek yang mampu merespon pasar	17.91	29.731	.820	.921
Citra 7: Merek yang memiliki citra baik di mata konsumen	17.93	28.063	.754	.931

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	120	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pengetahuan 1: Dapat mengidentifikasi produk motor walau berdampingan dengan produk maotr lain	3.9333	.94142	120
Pengetahuan 2: Senantiasa mengikuti perkembangan produk motor	3.1417	1.04757	120
Pengetahuan 3: Pengetahuan yang dimiliki tentang otomotif membantu secara teknis tentang produk motor	3.3583	1.11367	120
Pengetahuan 4: Dapat menyebutkan hampir semua varian produk motor	3.1333	1.18061	120

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pengetahuan 1: Dapat mengidentifikasi produk motor walau berdampingan dengan produk maotr lain	9.6333	9.629	.647	.919
Pengetahuan 2: Senantiasa mengikuti perkembangan produk motor	10.4250	8.045	.868	.844
Pengetahuan 3: Pengetahuan yang dimiliki tentang otomotif membantu secara teknis tentang produk motor	10.2083	7.847	.835	.854
Pengetahuan 4: Dapat menyebutkan hampir semua varian produk motor	10.4333	7.693	.796	.871

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.5667	14.298	3.78127	4

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	120	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.939	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keterlibatan 1: Motor sesuai dengan gaya hidup	3.1583	1.09234	120
Keterlibatan 2: Motor dapat menggambarkan jati diri	2.9667	1.32166	120
Keterlibatan 3: Motor dapat memberikan kesenangan	3.3250	1.19637	120
Keterlibatan 4: Motor dapat membedakan dengan orang lain	3.6833	1.40218	120
Keterlibatan 5: Motor merupakan hadiah bagi diri sendiri	3.0750	1.24457	120

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Keterlibatan 1: Motor sesuai dengan gaya hidup	13.0500	22.317	.796	.933
Keterlibatan 2: Motor dapat menggambarkan jati diri	13.2417	19.916	.853	.922
Keterlibatan 3: Motor dapat memberikan kesenangan	12.8833	20.423	.913	.912
Keterlibatan 4: Motor dapat membedakan dengan orang lain	12.5250	19.882	.790	.936
Keterlibatan 5: Motor merupakan hadiah bagi diri sendiri	13.1333	20.537	.855	.922

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.2083	31.729	5.63288	5

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	120	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Intention 1: Mengklarifikasikan sebagai pelanggan setia motor	2.21	1.309	120
Intention 2: Tidak akan berpindah ke produk lain untuk mendapat pelayanan yang lebih baik	2.57	1.482	120
Intention 3: Akan tetap membeli walaupun harus membayar dengan harga yang lebih mahal	2.25	1.343	120
Intention 4: Akan tetap membeli dikemudian hari	2.74	1.417	120

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Intention 1: Mengklarifikasikan sebagai pelanggan setia motor	7.56	13.358	.882	.825
Intention 2: Tidak akan berpindah ke produk lain untuk mendapat pelayanan yang lebih baik	7.20	14.413	.613	.925
Intention 3: Akan tetap membeli walaupun harus membayar dengan harga yang lebih mahal	7.52	13.294	.859	.832
Intention 4: Akan tetap membeli dikemudian hari	7.03	13.672	.747	.873

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
9.77	23.508	4.849	4

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671(a)	.451	.436	.75074584

a Predictors: (Constant), REGR KETERLIBATAN, REGR CITRA, REGR PENGETAHUAN

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.620	3	17.873	31.712	.000(a)
	Residual	65.380	116	.564		
	Total	119.000	119			

a Predictors: (Constant), REGR KETERLIBATAN, REGR CITRA, REGR PENGETAHUAN

b Dependent Variable: REGR REPURCHASE INTENTION

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error

1	(Constant)	6.66E-018	.069		.000	1.000
	REGR CITRA	.592	.072	.592	8.190	.000
	REGR PENGETAHUAN	-.142	.094	-.142	-1.510	.134
	REGR KETERLIBATAN	-.058	.092	-.058	-.631	.529

a Dependent Variable: REGR REPURCHASE INTENTION

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648(a)	.419	.414	.76518781

a Predictors: (Constant), REGR CITRA

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	49.910	1	49.910	85.241	.000(a)
	Residual	69.090	118	.586		
	Total	119.000	119			

a Predictors: (Constant), REGR CITRA

b Dependent Variable: REGR REPURCHASE INTENTION

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.41E-018	.070		.000	1.000
	REGR CITRA	.648	.070	.648	9.233	.000

a Dependent Variable: REGR REPURCHASE INTENTION

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.358(a)	.128	.121	.93772990

a Predictors: (Constant), REGR PENGETAHUAN

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.238	1	15.238	17.329	.000(a)
	Residual	103.762	118	.879		
	Total	119.000	119			

a Predictors: (Constant), REGR PENGETAHUAN

b Dependent Variable: REGR REPURCHASE INTENTION

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	2.18E-017	.086		.000	1.000
	REGR PENGETAHUAN	-.358	.086	-.358	-4.163	.000

a Dependent Variable: REGR REPURCHASE INTENTION

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.289(a)	.084	.076	.96132631

a Predictors: (Constant), REGR KETERLIBATAN

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.951	1	9.951	10.767	.001(a)
	Residual	109.049	118	.924		
	Total	119.000	119			

a Predictors: (Constant), REGR KETERLIBATAN

b Dependent Variable: REGR REPURCHASE INTENTION

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	2.59E-018	.088		.000	1.000
	REGR KETERLIBATAN	-.289	.088	-.289	-3.281	.001

a Dependent Variable: REGR REPURCHASE INTENTION



LAMPIRAN II



Hasil Pengolahan Data SPSS

Anti-image Matrices

		Citra 1: Merek Inovatif	Citra 2: Merek Level tinggi dalam perkembangan teknologi	Citra 3: Merek Penghasil produk handal	Citra 4: Merek Penghasil prduk motor dengan desain bagus	Citra 5: Merek penghasil produk yang kreatif	Citra 6: Merek yang mampu merespon pasar	Citra 7: Merek yang memiliki citra baik di mata konsumen
Anti-image Covariance	Citra 1: Merek Inovatif	.295	-.086	-.043	-.004	-.115	-.059	-.014
	Citra 2: Merek Level tinggi dalam perkembangan teknologi	-.086	.373	-.026	-.045	-.014	.002	-.115
	Citra 3: Merek Penghasil produk handal	-.043	-.026	.342	-.113	.005	.010	-.110
	Citra 4: Merek Penghasil prduk motor dengan desain bagus	-.004	-.045	-.113	.251	-.099	-.126	.092
	Citra 5: Merek penghasil produk yang kreatif	-.115	-.014	.005	-.099	.324	.011	-.057
	Citra 6: Merek yang mampu merespon pasar	-.059	.002	.010	-.126	.011	.280	-.115
	Citra 7: Merek yang memiliki citra baik di mata konsumen	-.014	-.115	-.110	.092	-.057	-.115	.340
Anti-image Correlation	Citra 1: Merek Inovatif	.919(a)	-.258	-.134	-.014	-.370	-.204	-.044
	Citra 2: Merek Level tinggi dalam perkembangan teknologi	-.258	.931(a)	-.072	-.146	-.039	.007	-.322
	Citra 3: Merek Penghasil produk handal	-.134	-.072	.909(a)	-.385	.016	.032	-.323
	Citra 4: Merek Penghasil prduk motor dengan desain bagus	-.014	-.146	-.385	.824(a)	-.346	-.474	.316
	Citra 5: Merek penghasil produk yang kreatif	-.370	-.039	.016	-.346	.906(a)	.038	-.172
	Citra 6: Merek yang mampu merespon pasar	-.204	.007	.032	-.474	.038	.878(a)	-.374
	Citra 7: Merek yang memiliki citra baik di mata konsumen	-.044	-.322	-.323	.316	-.172	-.374	.842(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Anti-image Matrices

		Keterlibatan 1: Motor sesuai dengan gaya hidup	Keterlibatan 2: Motor dapat menggambarka n jati diri	Keterlibatan 3: Motor dapat memberikan kesenangan	Keterlibatan 4: Motor dapat membedakan dengan orang lain	Keterlibatan 5: Motor merupakan hadiah bagi diri sendiri
Anti-image Covariance	Keterlibatan 1: Motor sesuai dengan gaya hidup	.344	-.104	-.047	.004	-.023
	Keterlibatan 2: Motor dapat menggambarkan jati diri	-.104	.260	.000	-.077	-.075
	Keterlibatan 3: Motor dapat memberikan kesenangan	-.047	.000	.133	-.111	-.099
	Keterlibatan 4: Motor dapat membedakan dengan orang lain	.004	-.077	-.111	.290	.052
	Keterlibatan 5: Motor merupakan hadiah bagi diri sendiri	-.023	-.075	-.099	.052	.193
Anti-image Correlation	Keterlibatan 1: Motor sesuai dengan gaya hidup	.924(a)	-.348	-.219	.012	-.091
	Keterlibatan 2: Motor dapat menggambarkan jati diri	-.348	.884(a)	-.001	-.281	-.337
	Keterlibatan 3: Motor dapat memberikan kesenangan	-.219	-.001	.781(a)	-.564	-.615
	Keterlibatan 4: Motor dapat membedakan dengan orang lain	.012	-.281	-.564	.826(a)	.219
	Keterlibatan 5: Motor merupakan hadiah bagi diri sendiri	-.091	-.337	-.615	.219	.816(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Descriptives

	N	Mean		Std. Deviation		Std. Error		95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
		Lower Bound	Upper Bound	Lower Bound	Upper Bound	Lower Bound	Upper Bound	Lower Bound	Upper Bound		
Citra 1: Merek Inovatif	BAJAJ	30	2.63	.890	.162	2.30	2.97	1	4		
	HONDA	30	2.83	.986	.180	2.47	3.20	1	4		
	KANZEN	30	3.80	.961	.176	3.44	4.16	2	5		
	KYMCO	30	3.07	1.015	.185	2.69	3.45	1	5		
	Total	120	3.08	1.050	.096	2.89	3.27	1	5		
Citra 2: Merek Level tinggi dalam perkembangan teknologi	BAJAJ	30	2.83	1.053	.192	2.44	3.23	1	4		
	HONDA	30	3.00	.587	.107	2.78	3.22	2	4		
	KANZEN	30	3.80	1.064	.194	3.40	4.20	2	5		
	KYMCO	30	2.77	1.251	.228	2.30	3.23	1	5		
	Total	120	3.10	1.088	.099	2.90	3.30	1	5		
Citra 3: Merek Penghasil produk handal	BAJAJ	30	2.53	.681	.124	2.28	2.79	2	4		
	HONDA	30	2.53	.681	.124	2.28	2.79	2	4		
	KANZEN	30	3.63	1.066	.195	3.24	4.03	2	5		
	KYMCO	30	2.70	.794	.145	2.40	3.00	2	4		
	Total	120	2.85	.932	.085	2.68	3.02	2	5		
Citra 4: Merek Penghasil prduk motor dengan desain bagus	BAJAJ	30	2.73	.980	.179	2.37	3.10	1	4		
	HONDA	30	2.73	.980	.179	2.37	3.10	1	4		
	KANZEN	30	3.57	.971	.177	3.20	3.93	1	5		
	KYMCO	30	2.93	1.015	.185	2.55	3.31	1	5		
	Total	120	2.99	1.033	.094	2.80	3.18	1	5		
Citra 5: Merek penghasil produk yang kreatif	BAJAJ	30	2.63	.809	.148	2.33	2.94	2	4		
	HONDA	30	2.63	.928	.169	2.29	2.98	1	4		
	KANZEN	30	3.57	.935	.171	3.22	3.92	2	5		
	KYMCO	30	3.07	.980	.179	2.70	3.43	1	5		
	Total	120	2.98	.983	.090	2.80	3.15	1	5		
Citra 6: Merek yang mampu merespon pasar	BAJAJ	30	2.73	.980	.179	2.37	3.10	1	4		
	HONDA	30	2.73	.980	.179	2.37	3.10	1	4		
	KANZEN	30	3.47	1.106	.202	3.05	3.88	1	5		
	KYMCO	30	2.80	.997	.182	2.43	3.17	1	4		
	Total	120	2.93	1.051	.096	2.77	3.10	1	5		

Citra 7: Merek yang memiliki citra baik di mata konsumen	BAJAJ	30	2.50	1.503	.274	1.94	3.06	1	5
	HONDA	30	2.67	1.061	.194	2.27	3.06	1	5
	KANZEN	30	3.70	1.088	.199	3.29	4.11	1	5
	KYMCO	30	2.77	1.251	.228	2.30	3.23	1	5
	Total	120	2.91	1.309	.120	2.67	3.14	1	5

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Citra 1: Merek Inovatif	Between Groups	23.367	3	7.789	8.381	.000
	Within Groups	107.800	116	.929		
	Total	131.167	119			
Citra 2: Merek Level tinggi dalam perkembangan teknologi	Between Groups	20.467	3	6.822	6.577	.000
	Within Groups	120.333	116	1.037		
	Total	140.800	119			
Citra 3: Merek Penghasil produk handal	Between Groups	25.100	3	8.367	12.411	.000
	Within Groups	78.200	116	.674		
	Total	103.300	119			
Citra 4: Merek Penghasil prduk motor dengan desain bagus	Between Groups	14.025	3	4.675	4.801	.003
	Within Groups	112.967	116	.974		
	Total	126.992	119			
Citra 5: Merek penghasil produk yang kreatif	Between Groups	17.758	3	5.919	7.067	.000
	Within Groups	97.167	116	.838		
	Total	114.925	119			
Citra 6: Merek yang mampu merespon pasar	Between Groups	11.467	3	3.822	3.695	.014
	Within Groups	120.000	116	1.034		
	Total	131.467	119			
Citra 7: Merek yang memiliki citra baik di mata konsumen	Between Groups	26.158	3	8.719	5.688	.001
	Within Groups	177.833	116	1.533		
	Total	203.992	119			

Multiple Comparisons

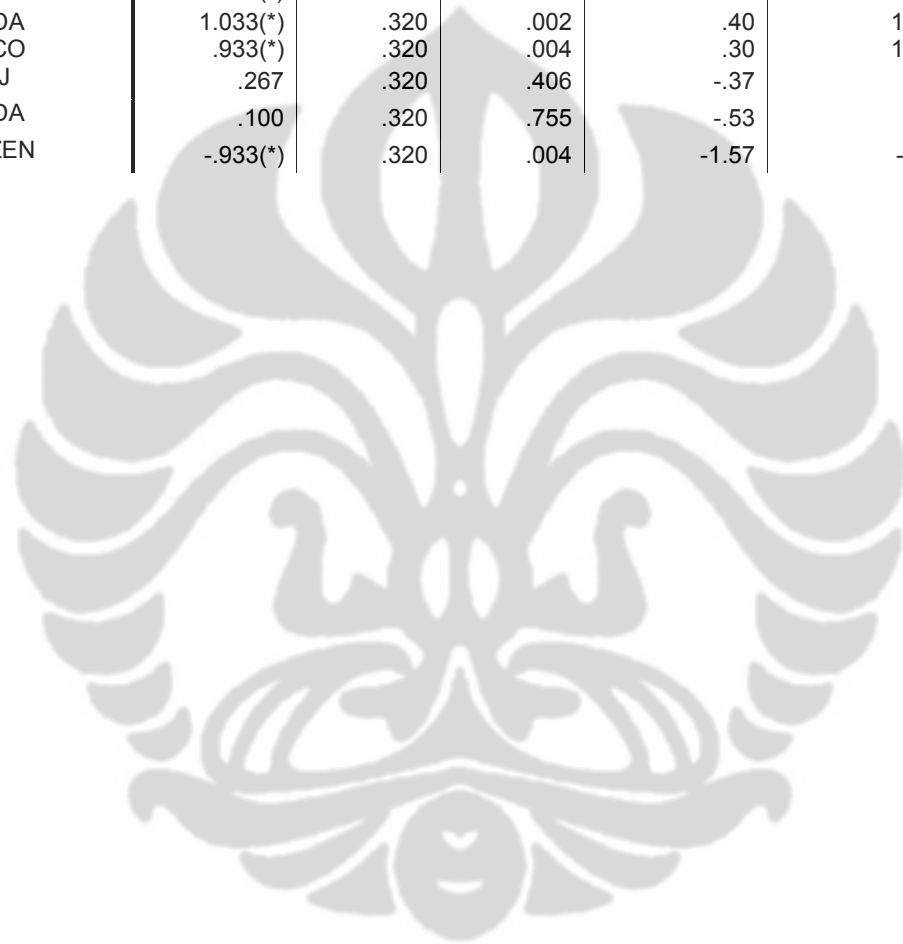
LSD

Dependent Variable	(I) Merek motor	(J) Merek motor	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound	Lower Bound	Upper Bound	Lower Bound
Citra 1: Merek Inovatif	BAJAJ	HONDA	-.200	.249	.423	-.69	.29
		KANZEN	-1.167(*)	.249	.000	-1.66	-.67
		KYMCO	-.433	.249	.084	-.93	.06
	HONDA	BAJAJ	.200	.249	.423	-.29	.69
		KANZEN	-.967(*)	.249	.000	-1.46	-.47
		KYMCO	-.233	.249	.350	-.73	.26
	KANZEN	BAJAJ	1.167(*)	.249	.000	.67	1.66
		HONDA	.967(*)	.249	.000	.47	1.46
		KYMCO	.733(*)	.249	.004	.24	1.23
	KYMCO	BAJAJ	.433	.249	.084	-.06	.93
		HONDA	.233	.249	.350	-.26	.73
		KANZEN	-.733(*)	.249	.004	-1.23	-.24
Citra 2: Merek Level tinggi dalam perkembangan teknologi	BAJAJ	HONDA	-.167	.263	.527	-.69	.35
		KANZEN	-.967(*)	.263	.000	-1.49	-.45
		KYMCO	.067	.263	.800	-.45	.59
	HONDA	BAJAJ	.167	.263	.527	-.35	.69
		KANZEN	-.800(*)	.263	.003	-1.32	-.28
		KYMCO	.233	.263	.377	-.29	.75
	KANZEN	BAJAJ	.967(*)	.263	.000	.45	1.49
		HONDA	.800(*)	.263	.003	.28	1.32
		KYMCO	1.033(*)	.263	.000	.51	1.55
	KYMCO	BAJAJ	-.067	.263	.800	-.59	.45
		HONDA	-.233	.263	.377	-.75	.29
		KANZEN	-1.033(*)	.263	.000	-1.55	-.51
Citra 3: Merek Penghasil produk handal	BAJAJ	HONDA	.000	.212	1.000	-.42	.42
		KANZEN	-1.100(*)	.212	.000	-1.52	-.68
		KYMCO	-.167	.212	.433	-.59	.25
	HONDA	BAJAJ	.000	.212	1.000	-.42	.42
		KANZEN	-1.100(*)	.212	.000	-1.52	-.68
		KYMCO	-.167	.212	.433	-.59	.25
	KANZEN	BAJAJ	1.100(*)	.212	.000	.68	1.52
		HONDA	1.100(*)	.212	.000	.68	1.52
		KYMCO	.933(*)	.212	.000	.51	1.35

Citra 4: Merek Penghasil produk motor dengan desain bagus	KYMCO	BAJAJ	.167	.212	.433	-.25	.59
		HONDA	.167	.212	.433	-.25	.59
		KANZEN	-.933(*)	.212	.000	-1.35	-.51
	BAJAJ	HONDA	.000	.255	1.000	-.50	.50
		KANZEN	-.833(*)	.255	.001	-1.34	-.33
		KYMCO	-.200	.255	.434	-.70	.30
	HONDA	BAJAJ	.000	.255	1.000	-.50	.50
		KANZEN	-.833(*)	.255	.001	-1.34	-.33
		KYMCO	-.200	.255	.434	-.70	.30
	KANZEN	BAJAJ	.833(*)	.255	.001	.33	1.34
		HONDA	.833(*)	.255	.001	.33	1.34
		KYMCO	.633(*)	.255	.014	.13	1.14
Citra 5: Merek penghasil produk yang kreatif	KYMCO	BAJAJ	.200	.255	.434	-.30	.70
		HONDA	.200	.255	.434	-.30	.70
		KANZEN	-.633(*)	.255	.014	-1.14	-.13
	BAJAJ	HONDA	.000	.236	1.000	-.47	.47
		KANZEN	-.933(*)	.236	.000	-1.40	-.47
		KYMCO	-.433	.236	.069	-.90	.03
	HONDA	BAJAJ	.000	.236	1.000	-.47	.47
		KANZEN	-.933(*)	.236	.000	-1.40	-.47
		KYMCO	-.433	.236	.069	-.90	.03
	KANZEN	BAJAJ	.933(*)	.236	.000	.47	1.40
		HONDA	.933(*)	.236	.000	.47	1.40
		KYMCO	.500(*)	.236	.036	.03	.97
KYMCO	BAJAJ	.433	.236	.069	-.03	.90	
	HONDA	.433	.236	.069	-.03	.90	
	KANZEN	-.500(*)	.236	.036	-.97	-.03	
Citra 6: Merek yang mampu merespon pasar	BAJAJ	HONDA	.000	.263	1.000	-.52	.52
		KANZEN	-.733(*)	.263	.006	-1.25	-.21
		KYMCO	-.067	.263	.800	-.59	.45
	HONDA	BAJAJ	.000	.263	1.000	-.52	.52
		KANZEN	-.733(*)	.263	.006	-1.25	-.21
		KYMCO	-.067	.263	.800	-.59	.45
	KANZEN	BAJAJ	.733(*)	.263	.006	.21	1.25
		HONDA	.733(*)	.263	.006	.21	1.25
		KYMCO	.667(*)	.263	.012	.15	1.19
	KYMCO	BAJAJ	.067	.263	.800	-.45	.59
		HONDA	.067	.263	.800	-.45	.59
		KANZEN	-.667(*)	.263	.012	-1.19	-.15
Citra 7: Merek yang	BAJAJ	HONDA	-.167	.320	.603	-.80	.47

memiliki citra baik di mata konsumen	HONDA	KANZEN	-1.200(*)	.320	.000	-1.83	-.57
		KYMCO	-.267	.320	.406	-.90	.37
		BAJAJ	.167	.320	.603	-.47	.80
	KANZEN	KANZEN	-1.033(*)	.320	.002	-1.67	-.40
		KYMCO	-.100	.320	.755	-.73	.53
		BAJAJ	1.200(*)	.320	.000	.57	1.83
	KYMCO	HONDA	1.033(*)	.320	.002	.40	1.67
		KYMCO	.933(*)	.320	.004	.30	1.57
		BAJAJ	.267	.320	.406	-.37	.90
		HONDA	.100	.320	.755	-.53	.73
		KANZEN	-.933(*)	.320	.004	-1.57	-.30

* The mean difference is significant at the .05 level.



Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum		
						Lower Bound	Upper Bound			Lower Bound	Upper Bound
						Lower Bound	Upper Bound			Lower Bound	Upper Bound
Pengetahuan 1: Dapat mengidentifikasi produk motor walau berdampingan dengan produk maotr lain	BAJAJ	30	3.93	1.015	.185	3.55	4.31	2	5		
	HONDA	30	3.93	1.015	.185	3.55	4.31	2	5		
	KANZEN	30	3.77	.898	.164	3.43	4.10	2	5		
	KYMCO	30	4.10	.845	.154	3.78	4.42	2	5		
	Total	120	3.93	.941	.086	3.76	4.10	2	5		
Pengetahuan 2: Senantiasa mengikuti perkembangan produk motor	BAJAJ	30	2.83	1.053	.192	2.44	3.23	1	4		
	HONDA	30	2.83	1.053	.192	2.44	3.23	1	4		
	KANZEN	30	3.87	.860	.157	3.55	4.19	2	5		
	KYMCO	30	3.03	.890	.162	2.70	3.37	1	4		
	Total	120	3.14	1.048	.096	2.95	3.33	1	5		
Pengetahuan 3: Pengetahuan yang dimiliki tentang otomotif membantu secara teknis tentang produk motor	BAJAJ	30	3.07	1.202	.219	2.62	3.52	1	5		
	HONDA	30	3.07	1.202	.219	2.62	3.52	1	5		
	KANZEN	30	3.93	.785	.143	3.64	4.23	2	5		
	KYMCO	30	3.37	1.033	.189	2.98	3.75	1	5		
	Total	120	3.36	1.114	.102	3.16	3.56	1	5		
Pengetahuan 4: Dapat menyebutkan hampir semua varian produk motor	BAJAJ	30	2.8000	1.09545	.20000	2.3910	3.2090	1.00	4.00		
	HONDA	30	2.8000	1.09545	.20000	2.3910	3.2090	1.00	4.00		
	KANZEN	30	3.9333	1.11211	.20304	3.5181	4.3486	1.00	5.00		
	KYMCO	30	3.0000	1.08278	.19769	2.5957	3.4043	1.00	5.00		
	Total	120	3.1333	1.18061	.10777	2.9199	3.3467	1.00	5.00		

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
--	----------------	----	-------------	---	------

Pengetahuan 1: Dapat mengidentifikasi produk motor walau berdampingan dengan produk maotr lain	Between Groups	1.667	3	.556	.621	.603
	Within Groups	103.800	116	.895		
	Total	105.467	119			
Pengetahuan 2: Senantiasa mengikuti perkembangan produk motor	Between Groups	21.825	3	7.275	7.759	.000
	Within Groups	108.767	116	.938		
	Total	130.592	119			
Pengetahuan 3: Pengetahuan yang dimiliki tentang otomotif membantu secara teknis tentang produk motor	Between Groups	15.025	3	5.008	4.382	.006
	Within Groups	132.567	116	1.143		
	Total	147.592	119			
Pengetahuan 4: Dapat menyebutkan hampir semua varian produk motor	Between Groups	26.400	3	8.800	7.319	.000
	Within Groups	139.467	116	1.202		
	Total	165.867	119			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) Merek motor	(J) Merek motor	Mean Difference (I-J)		Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pengetahuan 1: Dapat mengidentifikasi produk motor walau berdampingan dengan produk maotr lain	BAJAJ	HONDA	.000	.244	1.000	-.48	.48
		KANZEN	.167	.244	.496	-.32	.65
		KYMCO	-.167	.244	.496	-.65	.32
	HONDA	BAJAJ	.000	.244	1.000	-.48	.48
		KANZEN	.167	.244	.496	-.32	.65
		KYMCO	-.167	.244	.496	-.65	.32
	KANZEN	BAJAJ	-.167	.244	.496	-.65	.32
		HONDA	-.167	.244	.496	-.65	.32
		KYMCO	-.333	.244	.175	-.82	.15
	KYMCO	BAJAJ	.167	.244	.496	-.32	.65
		HONDA	.167	.244	.496	-.32	.65
		KANZEN	.333	.244	.175	-.15	.82
Pengetahuan 2:	BAJAJ	HONDA	Pengaruh citra.000	Yohanes 250	ningotan.000	Osdiyanto, FISIPU, 2008	.50

Senantiasa mengikuti perkembangan produk motor	HONDA	KANZEN	-1.033(*)	.250	.000	-1.53	-.54	
		KYMCO	-.200	.250	.425	-.70	.30	
		BAJAJ	.000	.250	1.000	-.50	.50	
	KANZEN	KANZEN	-1.033(*)	.250	.000	-1.53	-.54	
		KYMCO	-.200	.250	.425	-.70	.30	
		BAJAJ	1.033(*)	.250	.000	.54	1.53	
	KYMCO	HONDA	1.033(*)	.250	.000	.54	1.53	
		KYMCO	.833(*)	.250	.001	.34	1.33	
		BAJAJ	.200	.250	.425	-.30	.70	
	Pengetahuan 3: Pengetahuan yang dimiliki tentang otomotif membantu secara teknis tentang produk motor	HONDA	HONDA	.000	.276	1.000	-.55	.55
			KANZEN	-.867(*)	.276	.002	-1.41	-.32
			KYMCO	-.300	.276	.279	-.85	.25
KANZEN		HONDA	.000	.276	1.000	-.55	.55	
		KANZEN	-.867(*)	.276	.002	-1.41	-.32	
		KYMCO	-.300	.276	.279	-.85	.25	
KYMCO		BAJAJ	.867(*)	.276	.002	.32	1.41	
		HONDA	.867(*)	.276	.002	.32	1.41	
		KYMCO	.567(*)	.276	.042	.02	1.11	
Pengetahuan 4: Dapat menyebutkan hampir semua varian produk motor		HONDA	BAJAJ	.300	.276	.279	-.25	.85
			HONDA	.300	.276	.279	-.25	.85
			KANZEN	-.567(*)	.276	.042	-1.11	-.02
	KANZEN	HONDA	.00000	.28311	1.000	-.5607	.5607	
		KANZEN	-1.13333(*)	.28311	.000	-1.6941	-.5726	
		KYMCO	-.20000	.28311	.481	-.7607	.3607	
KYMCO	HONDA	.00000	.28311	1.000	-.5607	.5607		
	KANZEN	-1.13333(*)	.28311	.000	-1.6941	-.5726		
	KYMCO	-.20000	.28311	.481	-.7607	.3607		
KYMCO	HONDA	BAJAJ	1.13333(*)	.28311	.000	.5726	1.6941	
		HONDA	1.13333(*)	.28311	.000	.5726	1.6941	
		KYMCO	.93333(*)	.28311	.001	.3726	1.4941	
	KANZEN	BAJAJ	.20000	.28311	.481	-.3607	.7607	
		HONDA	.20000	.28311	.481	-.3607	.7607	
		KANZEN	-.93333(*)	.28311	.001	-1.4941	-.3726	

* The mean difference is significant at the .05 level.

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum		
						Lower Bound	Upper Bound			Lower Bound	Upper Bound
						Lower Bound	Upper Bound			Lower Bound	Upper Bound
Keterlibatan 1: Motor sesuai dengan gaya hidup	BAJAJ	30	3.13	1.106	.202	2.72	3.55	1	4		
	HONDA	30	2.97	1.217	.222	2.51	3.42	1	4		
	KANZEN	30	3.23	1.040	.190	2.84	3.62	1	5		
	KYMCO	30	3.30	1.022	.187	2.92	3.68	1	5		
	Total	120	3.16	1.092	.100	2.96	3.36	1	5		
Keterlibatan 2: Motor dapat menggambarkan jati diri	BAJAJ	30	3.1000	1.34805	.24612	2.5966	3.6034	1.00	5.00		
	HONDA	30	2.8333	1.39168	.25409	2.3137	3.3530	1.00	5.00		
	KANZEN	30	3.1000	1.18467	.21629	2.6576	3.5424	1.00	5.00		
	KYMCO	30	2.8333	1.39168	.25409	2.3137	3.3530	1.00	5.00		
	Total	120	2.9667	1.32166	.12065	2.7278	3.2056	1.00	5.00		
Keterlibatan 3: Motor dapat memberikan kesenangan	BAJAJ	30	3.37	1.159	.212	2.93	3.80	1	4		
	HONDA	30	3.13	1.279	.234	2.66	3.61	1	4		
	KANZEN	30	3.67	1.028	.188	3.28	4.05	1	5		
	KYMCO	30	3.13	1.279	.234	2.66	3.61	1	4		
	Total	120	3.33	1.196	.109	3.11	3.54	1	5		
Keterlibatan 4: Motor dapat membedakan dengan orang lain	BAJAJ	30	3.90	1.398	.255	3.38	4.42	1	5		
	HONDA	30	3.60	1.522	.278	3.03	4.17	1	5		
	KANZEN	30	3.63	1.189	.217	3.19	4.08	1	5		
	KYMCO	30	3.60	1.522	.278	3.03	4.17	1	5		
	Total	120	3.68	1.402	.128	3.43	3.94	1	5		
Keterlibatan 5: Motor merupakan hadiah bagi diri sendiri	BAJAJ	30	3.03	1.189	.217	2.59	3.48	1	4		
	HONDA	30	2.83	1.289	.235	2.35	3.31	1	4		
	KANZEN	30	3.60	1.102	.201	3.19	4.01	1	5		
	KYMCO	30	2.83	1.289	.235	2.35	3.31	1	4		
	Total	120	3.08	1.245	.114	2.85	3.30	1	5		

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keterlibatan 1: Motor sesuai dengan gaya hidup	Between Groups	1.892	3	.631	.522	.668
	Within Groups	140.100	116	1.208		
	Total	141.992	119			
Keterlibatan 2: Motor dapat menggambarkan jati diri	Between Groups	2.133	3	.711	.401	.753
	Within Groups	205.733	116	1.774		
	Total	207.867	119			
Keterlibatan 3: Motor dapat memberikan kesenangan	Between Groups	5.758	3	1.919	1.353	.261
	Within Groups	164.567	116	1.419		
	Total	170.325	119			
Keterlibatan 4: Motor dapat membedakan dengan orang lain	Between Groups	1.900	3	.633	.317	.813
	Within Groups	232.067	116	2.001		
	Total	233.967	119			
Keterlibatan 5: Motor merupakan hadiah bagi diri sendiri	Between Groups	11.825	3	3.942	2.651	.052
	Within Groups	172.500	116	1.487		
	Total	184.325	119			

Multiple Comparisons

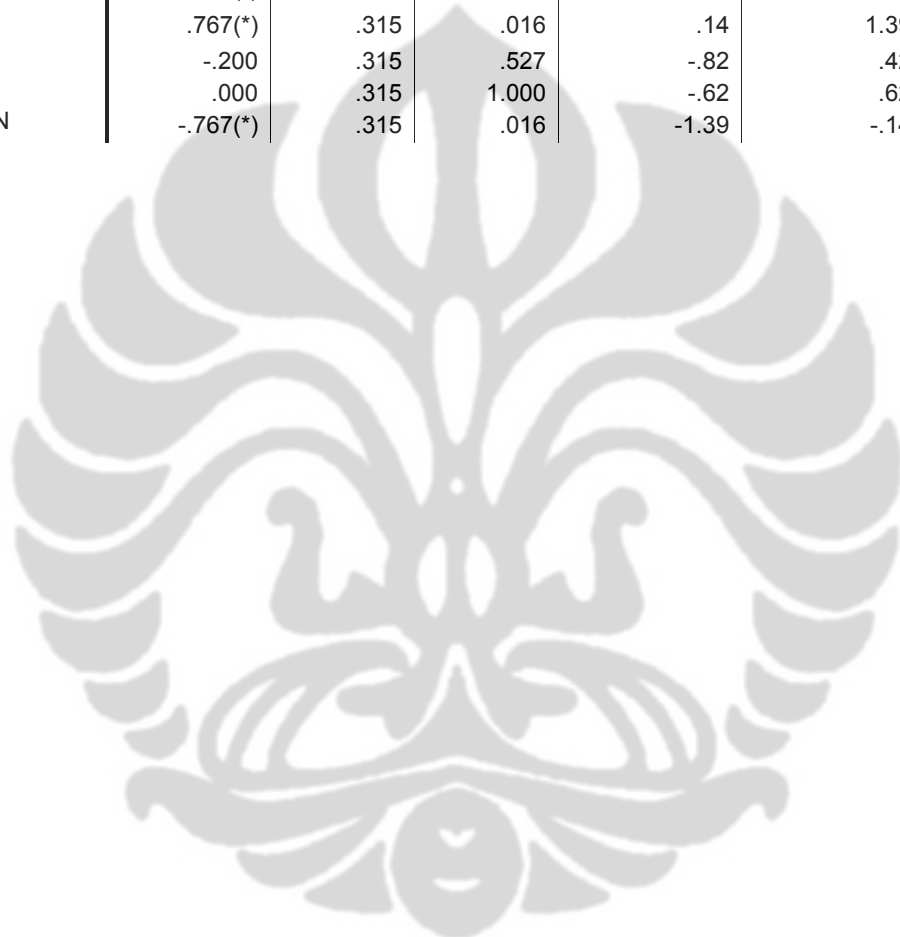
LSD

Dependent Variable	(I) Merek motor	(J) Merek motor	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound	Lower Bound	Upper Bound	
Keterlibatan 1: Motor sesuai dengan gaya hidup	BAJAJ	HONDA	.167	.284	.558	-.40	.73
		KANZEN	-.100	.284	.725	-.66	.46
		KYMCO	-.167	.284	.558	-.73	.40
	HONDA	BAJAJ	-.167	.284	.558	-.73	.40
		KANZEN	-.267	.284	.349	-.83	.30
		KYMCO	-.333	.284	.243	-.90	.23
	KANZEN	BAJAJ	.100	.284	.725	-.46	.66
		HONDA	.267	.284	.349	-.30	.83
		KYMCO	-.067	.284	.815	-.63	.50

Keterlibatan 2: Motor dapat menggambarkan jati diri	KYMCO	BAJAJ	.167	.284	.558	-.40	.73
		HONDA	.333	.284	.243	-.23	.90
		KANZEN	.067	.284	.815	-.50	.63
	BAJAJ	HONDA	.26667	.34386	.440	-.4144	.9477
		KANZEN	.00000	.34386	1.000	-.6811	.6811
		KYMCO	.26667	.34386	.440	-.4144	.9477
	HONDA	BAJAJ	-.26667	.34386	.440	-.9477	.4144
		KANZEN	-.26667	.34386	.440	-.9477	.4144
		KYMCO	.00000	.34386	1.000	-.6811	.6811
	KANZEN	BAJAJ	.00000	.34386	1.000	-.6811	.6811
		HONDA	.26667	.34386	.440	-.4144	.9477
		KYMCO	.26667	.34386	.440	-.4144	.9477
KYMCO	BAJAJ	-.26667	.34386	.440	-.9477	.4144	
	HONDA	.00000	.34386	1.000	-.6811	.6811	
	KANZEN	-.26667	.34386	.440	-.9477	.4144	
Keterlibatan 3: Motor dapat memberikan kesenangan	BAJAJ	HONDA	.233	.308	.450	-.38	.84
		KANZEN	-.300	.308	.331	-.91	.31
		KYMCO	.233	.308	.450	-.38	.84
	HONDA	BAJAJ	-.233	.308	.450	-.84	.38
		KANZEN	-.533	.308	.086	-1.14	.08
		KYMCO	.000	.308	1.000	-.61	.61
	KANZEN	BAJAJ	.300	.308	.331	-.31	.91
		HONDA	.533	.308	.086	-.08	1.14
		KYMCO	.533	.308	.086	-.08	1.14
	KYMCO	BAJAJ	-.233	.308	.450	-.84	.38
		HONDA	.000	.308	1.000	-.61	.61
		KANZEN	-.533	.308	.086	-1.14	.08
Keterlibatan 4: Motor dapat membedakan dengan orang lain	BAJAJ	HONDA	.300	.365	.413	-.42	1.02
		KANZEN	.267	.365	.467	-.46	.99
		KYMCO	.300	.365	.413	-.42	1.02
	HONDA	BAJAJ	-.300	.365	.413	-1.02	.42
		KANZEN	-.033	.365	.927	-.76	.69
		KYMCO	.000	.365	1.000	-.72	.72
	KANZEN	BAJAJ	-.267	.365	.467	-.99	.46
		HONDA	.033	.365	.927	-.69	.76
		KYMCO	.033	.365	.927	-.69	.76
	KYMCO	BAJAJ	-.300	.365	.413	-1.02	.42
		HONDA	.000	.365	1.000	-.72	.72
		KANZEN	-.033	.365	.927	-.76	.69
Keterlibatan 5: Motor merupakan hadiah bagi	BAJAJ	HONDA	.200	.315	.527	-.42	.82
		KANZEN	.567	.315	.076	-.97	.06

diri sendiri	HONDA	KYMCO	.200	.315	.527	-.42	.82	
		BAJAJ	-.200	.315	.527	-.82	.42	
		KANZEN	-.767(*)	.315	.016	-1.39	-.14	
	KANZEN	KYMCO	.000	.315	1.000	-.62	.62	
		BAJAJ	.567	.315	.075	-.06	1.19	
		HONDA	.767(*)	.315	.016	.14	1.39	
	KYMCO	KYMCO	.767(*)	.315	.016	.14	1.39	
		BAJAJ	-.200	.315	.527	-.82	.42	
		HONDA	.000	.315	1.000	-.62	.62	
			KANZEN	-.767(*)	.315	.016	-1.39	-.14

* The mean difference is significant at the .05 level.



Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum		
						Lower Bound	Upper Bound			Lower Bound	Upper Bound
						Lower Bound	Upper Bound			Lower Bound	Upper Bound
Intention 1: Mengklarifikasikan sebagai pelanggan setia motor	BAJAJ	30	1.93	1.258	.230	1.46	2.40	1	4		
	HONDA	30	1.93	1.258	.230	1.46	2.40	1	4		
	KANZEN	30	3.03	1.159	.212	2.60	3.47	1	5		
	KYMCO	30	1.93	1.258	.230	1.46	2.40	1	4		
	Total	120	2.21	1.309	.119	1.97	2.44	1	5		
Intention 2: Tidak akan berpindah ke produk lain untuk mendapat pelayanan yang lebih baik	BAJAJ	30	2.33	1.516	.277	1.77	2.90	1	5		
	HONDA	30	2.33	1.516	.277	1.77	2.90	1	5		
	KANZEN	30	3.27	1.202	.219	2.82	3.72	1	5		
	KYMCO	30	2.33	1.516	.277	1.77	2.90	1	5		
	Total	120	2.57	1.482	.135	2.30	2.83	1	5		
Intention 3: Akan tetap membeli walaupun harus membayar dengan harga yang lebih mahal	BAJAJ	30	1.83	1.117	.204	1.42	2.25	1	4		
	HONDA	30	1.83	1.117	.204	1.42	2.25	1	4		
	KANZEN	30	3.50	1.225	.224	3.04	3.96	1	5		
	KYMCO	30	1.83	1.117	.204	1.42	2.25	1	4		
	Total	120	2.25	1.343	.123	2.01	2.49	1	5		
Intention 4: Akan tetap membeli dikemudian hari	BAJAJ	30	2.43	1.382	.252	1.92	2.95	1	5		
	HONDA	30	2.43	1.382	.252	1.92	2.95	1	5		
	KANZEN	30	3.67	1.155	.211	3.24	4.10	1	5		
	KYMCO	30	2.43	1.382	.252	1.92	2.95	1	5		
	Total	120	2.74	1.417	.129	2.49	3.00	1	5		

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Intention 1: Mengklarifikasikan sebagai pelanggan setia motor	Between Groups	27.225	3	9.075	5.962	.001
	Within Groups	176.567	116	1.522		
	Total	203.792	119			
Intention 2: Tidak akan berpindah ke produk lain untuk mendapat pelayanan yang lebih baik	Between Groups	19.600	3	6.533	3.133	.028
	Within Groups	241.867	116	2.085		
	Total	261.467	119			
Intention 3: Akan tetap membeli walaupun harus membayar dengan harga yang lebih mahal	Between Groups	62.500	3	20.833	15.899	.000
	Within Groups	152.000	116	1.310		
	Total	214.500	119			
Intention 4: Akan tetap membeli dikemudian hari	Between Groups	34.225	3	11.408	6.463	.000
	Within Groups	204.767	116	1.765		
	Total	238.992	119			

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) Merek motor	(J) Merek motor	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound	Lower Bound	Upper Bound	Lower Bound
Intention 1: Mengklarifikasikan sebagai pelanggan setia motor	BAJAJ	HONDA	.000	.319	1.000	-.63	.63
		KANZEN	-1.100(*)	.319	.001	-1.73	-.47
		KYMCO	.000	.319	1.000	-.63	.63
	HONDA	BAJAJ	.000	.319	1.000	-.63	.63
		KANZEN	-1.100(*)	.319	.001	-1.73	-.47
		KYMCO	.000	.319	1.000	-.63	.63
	KANZEN	BAJAJ	1.100(*)	.319	.001	.47	1.73
		HONDA	1.100(*)	.319	.001	.47	1.73
		KYMCO	1.100(*)	.319	.001	.47	1.73
	KYMCO	BAJAJ	.000	.319	1.000	-.63	.63

Intention 2: Tidak akan berpindah ke produk lain untuk mendapat pelayanan yang lebih baik	BAJAJ	HONDA	.000	.319	1.000	-.63	.63
		KANZEN	-1.100(*)	.319	.001	-1.73	-.47
		HONDA	.000	.373	1.000	-.74	.74
	HONDA	KANZEN	-.933(*)	.373	.014	-1.67	-.19
		KYMCO	.000	.373	1.000	-.74	.74
		BAJAJ	.000	.373	1.000	-.74	.74
	KANZEN	KANZEN	-.933(*)	.373	.014	-1.67	-.19
		KYMCO	.000	.373	1.000	-.74	.74
		BAJAJ	.933(*)	.373	.014	.19	1.67
	KYMCO	HONDA	.933(*)	.373	.014	.19	1.67
		KYMCO	.933(*)	.373	.014	.19	1.67
		BAJAJ	.000	.373	1.000	-.74	.74
Intention 3: Akan tetap membeli walaupun harus membayar dengan harga yang lebih mahal	BAJAJ	HONDA	.000	.296	1.000	-.59	.59
		KANZEN	-1.667(*)	.296	.000	-2.25	-1.08
		KYMCO	.000	.296	1.000	-.59	.59
	HONDA	BAJAJ	.000	.296	1.000	-.59	.59
		KANZEN	-1.667(*)	.296	.000	-2.25	-1.08
		KYMCO	.000	.296	1.000	-.59	.59
	KANZEN	BAJAJ	1.667(*)	.296	.000	1.08	2.25
		HONDA	1.667(*)	.296	.000	1.08	2.25
		KYMCO	1.667(*)	.296	.000	1.08	2.25
	KYMCO	BAJAJ	.000	.296	1.000	-.59	.59
		HONDA	.000	.296	1.000	-.59	.59
		KANZEN	-1.667(*)	.296	.000	-2.25	-1.08
Intention 4: Akan tetap membeli dikemudian hari	BAJAJ	HONDA	.000	.343	1.000	-.68	.68
		KANZEN	-1.233(*)	.343	.000	-1.91	-.55
		KYMCO	.000	.343	1.000	-.68	.68
	HONDA	BAJAJ	.000	.343	1.000	-.68	.68
		KANZEN	-1.233(*)	.343	.000	-1.91	-.55
		KYMCO	.000	.343	1.000	-.68	.68
	KANZEN	BAJAJ	1.233(*)	.343	.000	.55	1.91
		HONDA	1.233(*)	.343	.000	.55	1.91
		KYMCO	1.233(*)	.343	.000	.55	1.91
	KYMCO	BAJAJ	.000	.343	1.000	-.68	.68
		HONDA	.000	.343	1.000	-.68	.68
		KANZEN	-1.233(*)	.343	.000	-1.91	-.55

*

The mean difference is significant at the .05 level.

