

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Deskripsi Singkat Honda Vario series

Honda Vario series yang dipasarkan mulai 2012 hingga 2017 adalah Honda Vario eSP 125 merupakan generasi III dan IV yang mengalami penyempurnaan menjadi Honda Vario eSP 125 & 150 pada 2015. Generasi I Honda Vario diperkenalkan di Indonesia pada 2006, dan pada 2009 diperkenalkan generasi II Vario yang diberi nama Honda Vario Techno. Hal itu menunjukkan bahwa sejak tahun 2006 hingga 2017, Honda Vario telah empat kali disempurnakan (“Honda Vario,” n.d.).

Dari generasi ke generasi, Honda Vario Series terus mengalami inovasi, baik desain sepeda motor maupun kualitasnya, yang meliputi performa, akomodasi, dan teknologi. Perubahan desain Honda Vario eSP 125 & 150 yang secara total dari Honda Vario Techno sebelumnya kaya akan fitur premium, yang diharapkan mampu meningkatkan penjualan dari bulan ke bulan, dan menjadi sepeda motor pilihan (Honda, 2012). Semuanya itu diciptakan untuk meningkatkan kualitas produk, serta memberikan keterikatan emosional merek bagi pengguna, sebagai wujud dari keseriusan dan kepercayaan terhadap Honda Vario eSP yang di rakit di Indonesia. Honda Vario series, PT Astra Honda Motor menawarkan 3 tahun /30.000km periode garansi untuk memberikan kenyamanan bagi pengguna, dan memberikan kemudahan *service after sales* pada semua bengkel resmi Honda yang banyak tersebar di kotakota besar, termasuk di Sidoarjo.

Inovasi kualitas performa sepeda motor Honda Vario series meliputi kecepatan akselerasi, kestabilan sepeda motor saat berkendara, kehandalan pengereman, dan konsumsi BBM. Inovasi kualitas Honda Vario series meliputi kualitas tangki bahan bakar besar, kenyamanan pengendara, dan bagasi yang luas untuk menampung helm. Sedangkan inovasi kualitas teknologi Honda Vario series meliputi kecanggihan mesin, kecanggihan saat menghidupkan mesin, kecanggihan rem, dan kecanggihan pengirit bahan bakar.

Honda Vario series menggunakan teknologi masa kini, yaitu PGM-FI (*Programmable Fuel Injection*) yang membuat irit kendaraan karena sistem pengkabutan bahan bakar. Oleh karena konsumsi bahan bakar Honda Vario series irit dan sesuai dengan harga bahan bakar yang meningkat, maka banyak orang suka dan harga jual kembalinya juga tinggi. Harga OTR (On The Road, Sidoarjo) Honda Vario 110 eSP CBS (*Combi Brake System*) Rp. 17,970,000, Honda Vario 125 CBS Rp. 18,670,000, Honda Vario 125 ISS (*Idling Stop System*) CBS Rp. 18,670,000 Rp. 19,290,000, Honda Vario 150 *Sporty* Rp. 21,240,000, Honda Vario 150 Eksklusif Rp. 21,450,000.

4.2 Penyebaran Kusioner dan Identitas Diri Responden Penelitian

4.2.1 Waktu dan Tempat Penyebaran Kusioner

Bedasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas yang disajikan pada sub bab diatas, maka kusioner layak disebarkan kepada responden untuk mendapatkan data penelitian. Kusioner disebarkan kepada 100 responden, pemilik Honda Vario series yang memenuhi kriteria, yaitu laki-laki atau wanita, dengan usia minimal 17 tahun, dengan asumsi pemilik sepeda motor sudah dapat merasakan kualitasnya.

Waktu penyebarann kusioner kedua pada tanggal 1-15 Mei 2017 (15 hari). Penyebaran menggunakan media online dengan melalui komunitas HV125OC SIDOARJO (Honda Vario 125 Owner's Community Sidoarjo) yang ada di grup facebook. Dibantu juga dengan salah satu member Honda Vario yang berempati sehingga memenuhi hingga 100 responden.



Gambar 4.1 Dokumentasi tanggal 20 April di Bittersweet Café

Sumber: Dokumentasi Foto Responden, Lampiran 7

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan syarat konsumen yang memiliki atau anggota komunitas Honda Vario *series* di Sidoarjo dan usia minimal 17 tahun. Sampel ditarik dengan metode *non probability purposive sampling* dengan mempertimbangkan apakah responden tersebut menggunakan Honda Vario *series* di Sidoarjo. Berdasarkan hasil pengisian kusioner dari responden, maka diketahui karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin dan Usia Responden

Identitas Diri Responden		Jumlah Responden (Orang)	Presentase
Jenis kelamin	Laki-Laki	94	94%
	Wanita	6	6%
	Jumlah	100	100%
Usia	17-24 tahun	60	60%
	25-32 tahun	28	28%
	33-40 tahun	9	9%
	> 40 tahun	3	3%
	Jumlah	100	100%

Sumber: SPSS(23), 2017. Lampiran 2

Tabel 4.1 menjelaskan bahwa jumlah laki-laki yang memiliki sepeda motor Honda Vario *series* lebih banyak (94%) dari pada jumlah wanita (6%). Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki mendominasi kepemilikan mobil bila dibandingkan dengan wanita, karena Honda Vario *series* ini memiliki dimensi kendaraan yang besar, sehingga kaum wanita biasanya memilih Honda BeAT yang cocok dengan dimensi kendaraan yang lebih kecil.

Ditinjau dari usia, yang paling banyak adalah responden dengan usia 17-24 tahun (60%) dan usia 25-32 tahun (28%). Data tersebut menunjukkan bahwa sepeda motor Honda Vario *series* banyak digunakan oleh orang-orang berusia muda (kurang dari 35 tahun), sebagai mana yang di segmentasikan oleh produsennya. Namun demikian, orang-orang tua (lebih dari 35 tahun) juga cukup banyak yang memiliki Honda Vario *series*. Hal ini menunjukkan bahwa orang-orang tua tersebut ingin berpenampilan muda.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

Tabel 4.2 Profesi Responden (N=100)

Identitas Diri Responden		Jumlah Responden (Orang)	Presentase
Pekerjaan	Pegawai Swasta	49	49%
	Pelajar/Mahasiswa	27	27%
	PNS	3	3%
	Wirausaha	16	16%
	Drafter	1	1%
	Freelancer	1	1%
	Gojek Driver	1	1%
	Ojek Online	1	1%
	Serabutan	1	1%
	Jumlah	100	100%

Sumber: SPSS(23), 2017, Lampiran 2

Tabel 4.2 menunjukkan data bahwa profesi responden pengguna Honda Vario Series cukup beragam, pengguna terbanyaknya pegawai swasta sebanyak 49%, pelajar/ mahasiswa 27%, PNS 3%, wirausaha 16%, drafter, freelancer, ojek online dan serabutan masing-masing 1%.

Hal tersebut memperlihatkan bahwa mayoritas karakteristik responden yang memiliki Honda Vario series adalah mereka yang mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta dengan tingkat presentase tertinggi yaitu sebesar 49% atau sejumlah dengan 49 responden. Dikarenakan Honda Vario series ini cocok digunakan sebagai alat transportasi andalan dengan kapasitas penyimpanan yang memadai, tangki bahan bakar yang besar dan irit bahan bakar.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan dan Pengeluaran

Tabel 4.3 Pendapatan dan Pengeluaran Responden

Identitas Diri Responden		Jumlah Responden (Orang)	Presentase
Pendapatan	< Rp. 3 juta	58	58%
	Rp. 3 juta - Rp. 4 juta	23	23%
	Rp. 4 juta - Rp. 5 juta	10	10%

	> Rp. 5 juta	9	9%
	Jumlah	100	100%
Pengeluaran	< Rp. 1 juta	32	32%
	Rp. 1 juta - Rp. 2 juta	51	51%
	Rp. 2 juta - Rp. 3 juta	10	10%
	Rp. 4 juta - Rp. 5 juta	6	6%
	> Rp. 5 juta	1	1%
	Jumlah	100	100%

Sumber: SPSS(23), 2017, Lampiran 2

Tabel 4.3 Data tersebut menunjukkan bahwa sepeda motor Honda Vario *series* yang harganya relatif mahal, banyak digunakan oleh pegawai swasta dan juga pelajar/mahasiswa, yang mempunyai kemampuan untuk membeli, yang mempunyai penghasilan antara kurang dari Rp. 3 juta hingga lebih dari Rp. 5 juta setiap bulannya.

Ditinjau dari pengeluaran, responden yang mempunyai pengeluaran kurang dari Rp.1 juta – Rp. 2 juta jumlahnya relative besar, disusul pengeluaran < Rp. 1 juta. Jumlah pengeluaran yang relative kecil dari pendapatan menyebabkan responden dapat *saving* (menabung) untuk membeli sepeda motor, atau membayar uang muka dan membayar angsuran kredit sepeda motor setiap bulannya.

4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabelitas Alat Ukur

Dalam usaha memperoleh informasi yang akurat mengenai alat ukur, maka seluruh item (butir) pertanyaan dilakukan uji awal (*pretest*), yaitu uji validitas dan reliabilitas kepada 30 orang responden. Pengedaran kusioner untuk pretest dilakukan pada 26-29 April 2017. Hasil pengolahan data validitas dan reliabilitas dengan software SPSS versi 23 ditunjukkan pada analisa dibawah ini.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Product Quality*

No Item	Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
	<i>Performance</i>			
1	Kemudi ringan walaupun beban kendaraan berat.	0.667	0.958	Valid dan Reliabel
2	Mudah dalam penggunaan	0.738		
3	Honda Vario series hemat bahan bakar.	0.721		
	<i>Feature</i>			
4	Panel speedometer mudah dibaca	0.784		
5	ACG membuat tetap senyap saat menghidupkan mesin	0.721		
6	CBS membantu dalam pengereman.	0.682		
7	ISS membantu penghematan konsumsi bahan bakar	0.682		
	<i>Reliability</i>			
8	Honda Vario series mudah untuk bermanuver	0.679		
9	Bagasidapat memuat banyak barang	0.774		
10	Tangki bahan bakar Honda Vario series yang besar	0.704		
	<i>Conformance</i>			
11	Emisi (gas buang) tidak membahayakan	0.678		
12	Suara mesin Honda Vario series halus	0.673		
	<i>Durability</i>			
13	Mesin bertahan minimal hingga lima tahun	0.733		
14	Fiturdapat diandalkan hingga lima tahun	0.674		
	<i>Serviceability</i>			
15	Kerusakan kecil mudah ditangani sendiri	0.704		
16	Dealer Honda yang tersedia banyak	0.677		
	<i>Aesthetic</i>			
17	Desain Honda Vario series futuristik	0.719		

18	Bentuk Honda Vario series aerodinamis.	0.758		
19	Warna Honda Vario series cocok.	0.718		
	<i>Perceived Quality</i>			
20	Kualitas sepeda motor Honda dapat diandalkan	0.747		
21	Kualitas sepeda motor Honda dilihatnama perusahaan yang baik	0.642		

Sumber: Pengolahan data, SPSS(23), 2017, Lampiran 4

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Brand Attachment*

No Item	Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Saya memiliki ikatan emosional yang kuat dengan Honda.	0.722	0.851	Valid dan Reliabel
2	Saya bersikap loyal terhadap Honda	0.805		
3	Kenaikan harga yang wajar bukan merupakan hambatan bagi saya untuk membeli Honda.	0.649		

Sumber: Pengolahan data SPSS(23), 2017, Lampiran 4

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabelitas Variabel *Word of Mouth*

No Item	Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keputusan
1	Saya memberikan rekomendasi sepeda motor Honda Vario series kepada teman kerja.	0.747	0.898	Valid dan Reliabel
2	Saya menceritakan keunggulan Honda Vario series produk pada orang lain	0.866		
3	Saya berminat untuk meyakinkan orang lain untuk membeli Honda Vario series	0.791		

Sumber: Pengolahan data SPSS (23), 2017, Lampiran 4

Adapun skala alpha Cronbach 0 sampai 1 dapat diinterpretasikan sebagai berikut (Triton, 2005):

1. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
2. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
3. Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
4. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
5. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliable

Dari skala diatas dapat disimpulkan bahwa, dimana hasil dari perhitungan *Alpha Cronbach's* tersebut dengan ketentuan bahwa suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Alpha Cronbach's* >0.60 (Ghozali, 2011:48).

4.4 Analisis Variabel-Variabel Penelitian

Analisa dibawah ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana penilaian pemilik sepeda motor Honda Vario *series* atas *product quality*, *brand attachment* dan *word of mouth* atas sepeda motor yang dimiliki. Analisis ini didasarkan pada distribusi frekuensi, dimana hasil selengkapnya ditunjukkan sebagai berikut.

4.4.1 Analisis Product Quality Honda Vario series.

Hasil jawaban kusioner yang dibagikan kepada 100 responden direkap dan disusun dalam bentuk tabel yang disajikan di lampiran 3. Berdasarkan lampiran tersebut diperoleh nilai skor rata-rata (mean) dan standar deviasi pada masing-masing indikator dimensi *product quality*, pada data berikut akan ditampilkan mean untuk mengetahui rata-rata orang memilih jawaban pada skala berapa. Berikut tabel 4.7:

Tabel 4.7 Penilaian Responden atas Product Quality Honda Vario series.

No	Item Pertanyaan	Mean	Std. Deviasi	BTB	TTB
Performance					
KP1	Kemudi Honda Vario series terasa ringan walaupun beban kendaraan berat.	3.79	0.920	8%	64%
KP2	Honda Vario series mudah dalam penggunaan	4.37	0.856	4%	86%
KP3	Honda Vario series hemat bahan bakar.	4.23	0.978	6%	82%
Feature					
KP4	Panel speedometer mudah dibaca	4.41	0.950	6%	88%
KP5	ACG (Alternating Current Generator) membuat tetap senyap saat menghidupkan mesin	4.25	1.004	6%	83%
KP6	Combi Brake System (CBS) membantu dalam pengereman.	3.85	0.865	4%	65%
KP7	Idling Stop System (ISS) membantu penghematan konsumsi bahan bakar	3.78	1.035	7%	59%
Reliability					
KP8	Honda Vario series mudah untuk bermanuver	4.02	0.836	4%	77%
KP9	Bagasi Honda Vario series dapat memuat banyak barang	4.29	0.931	6%	88%
KP10	Tangki bahan bakar Honda Vario series yang besar	4.26	0.934	5%	82%
Conformance					
KP11	Emisi (gas buang) sepeda motor Honda Vario series tidak membahayakan	3.85	0.853	4%	66%
KP12	Suara mesin Honda Vario series halus	4.06	0.870	4%	76%
Durabilty					
KP13	Mesin sepeda motor dapat bertahan minimal hingga lima tahun akan datang	3.87	1.092	9%	69%
KP14	Fitur sepeda motor dapat diandalkan hingga lima tahun akan datang	3.74	1.016	11%	66%
Serviability					
KP15	Kerusakan kecil (ganti busi, ganti saringan udara, ganti accu, pengisian air radiator) pada Honda Vario Series mudah ditangani sendiri	4.05	1.023	7%	73%
KP16	Dealer Honda yang tersedia banyak	4.38	0.936	7%	85%
Aesthetic					
KP17	Desain Honda Vario series futuristik	4.15	0.921	6%	82%
KP18	Bentuk Honda Vario series aerodinamis.	4.11	0.871	5%	80%
KP19	Warna Honda Vario series cocok.	3.99	0.975	9%	76%
Perceived Quality					
KP20	Kualitas sepeda motor Honda dapat diandalkan	4.05	0.942	5%	74%
KP21	Kualitas sepeda motor Honda dapat dilihat dari reputasi nama perusahaan yang baik	3.84	0.956	11%	63%
Total		4.02	0.989	6%	75%

Sumber: Pengolahan data SPSS 23, 2017, Lampiran 3

Melihat rata-rata dari tabel 4.7. diketahui keseluruhan sertiap indikator pertanyaan yang kemudian dipilih responden dengan nilai (rata-rata 4.02) dengan standar deviasi keseluruhan 0.989 yang menunjukkan bahwa pemilihan jawaban pada skala likert dari responden memiliki variasi beragam, lebih rinci dapat dilihat dari setiap indikator yang memiliki rata-rata paling tinggi terdapat pada indikator pertanyaan “panel speedometer mudah dibaca” dengan (rata-rata 4.41) yang menunjukkan bahwa responden pengguna Honda Vario *series* merasakan kemudahan untuk membaca informasi di speedometer Honda Vario *series*. Selain itu juga terdapat nilai mean terendah (rata-rata 3.74) dari seluruh indikator yaitu “fitur sepeda motor dapat diandalkan hingga lima tahun akan datang” perawatan sepeda motor Honda Vario *series* tidak dapat ditangani sendiri selain di bengkel resmi Honda, karena fitur satu dengan lainnya mempengaruhi di *ECU (Electrical Control Unit)* sepeda motor Honda Vario *series*.

Selanjutnya dapat dilihat pada nilai standard deviasi tertinggi pada indikator pertanyaan “mesin sepeda motor dapat bertahan minimal hingga lima tahun akan datang” dengan nilai (standard deviasi 1.092) yang menunjukkan jawaban responen pada pertanyaan tersebut sangat bervariasi. Hal tersebut dikarenakan memang ada pengguna sebelum Honda Vario *series* maupun sesudah menggunakan merasakan ketahanan mesin sepeda motor rakitan Honda hingga lima tahun bahkan lebih. Untuk nilai standar deviasi terendah pada indikator pertanyaan “Honda Vario *series* mudah untuk bermanuver” dengan nilai (standar deviasi 0.836) yang menunjukkan jawaban responden tidak terlalu banyak variasi sehingga dapat disimpulkan jika memang mengendari Honda Vario *series* tidak seberapa mudah digunakan untuk bermanuver terutama di kemacetan.

4.4.2 Analisis *Brand Attachment* Honda Vario series

Tabel 4.8 Penilaian Responden atas *Brand Attachment* Honda Vario series

No	Item Pertanyaan	Mean	Std. Deviasi	BTB	TTB
1	Saya memiliki ikatan emosional yang kuat dengan Honda.	3.68	1.048	12%	57%
2	Saya bersikap loyal terhadap Honda	3.59	0.991	13%	51%
3	Kenaikan harga yang wajar bukan merupakan hambatan bagi saya untuk membeli Honda.	3.38	1.156	20%	47%
Total		3.550	1.076	15%	52%

Error! Not a valid link.Sumber: Pengolahan data SPSS 23,2017, Lampiran 3

Dari tabel 4.8 dapat dilihat jika keseluruhan indikator pertanyaan yang kemudian dipilih responden dengan nilai (rata-rata 3.550) dengan nilai standar deviasi keseluruhan 1.076 yang menunjukkan bahwa pemilihan jawaban pada skala likert dari responden memiliki variasi beragam, lebih rinci dapat dilihat dari setiap indikator yang memiliki rata-rata paling tinggi terdapat pada indikator pertanyaan “saya memiliki ikatan emosional yang kuat dengan Honda” dengan (rata-rata 3.68) yang menunjukkan pengguna Honda menyukai dan menggunakan sepeda motor Honda baik itu Honda Vario series maupun varian lainnya. Selain itu juga terdapat nilai mean terendah (rata-rata 3.38) dari seluruh indikator yaitu “kenaikan harga yang wajar bukan merupakan hambatan bagi saya untuk membeli Honda” pengguna Honda tentunya tidak menyukai kenaikan harga terutama untuk perubahan kecil untuk varian produknya.

Selanjutnya dapat dilihat pada nilai standard deviasi tertinggi pada indikator pertanyaan “kenaikan harga yang wajar bukan merupakan hambatan bagi saya untuk membeli Honda” dengan nilai (standard deviasi 1.156) yang menunjukkan jawaban responen pada pertanyaan tersebut sangat bervariasi. Hal tersebut dikarenakan calon konsumen maupun konsumen yang menyukai Honda akan mempertimbangkan sepeda motor Honda dengan merek terdekatnya terutama ketika Honda hanya melakukan perubahan warna pada varian produknya. Untuk nilai standar deviasi terendah pada indikator pertanyaan “Saya bersikap loyal pada Honda” dengan nilai (standar deviasi 0.991) yang menunjukkan

jawaban responden tidak terlalu banyak variasi jawaban yang diberikan responden.

4.4.3 Analisis Word of Mouth Honda Vario series

Tabel 4.9 Penilaian Responden atas *Word of Mouth* Honda Vario series

No	Item Pertanyaan	Mean	Std. Deviasi	BTB	TTB
1	Saya memberikan rekomendasi sepeda motor Honda Vario series kepada teman kerja.	3.9	1.034	9%	68%
2	Saya menceritakan keunggulan Honda Vario series produk pada orang lain	4.04	1.009	5%	76%
3	Saya berminat untuk meyakinkan orang lain untuk membeli Honda Vario series	3.71	1.116	12%	58%
Total		3.883	1.065	9%	67%

Sumber: Pengolahan data SPSS,23, 2017, Lampiran 3

Melihat rata-rata dari tabel 4.9 diketahui keseluruhan sertiap indikator pertanyaan yang kemudian dipilih responden dengan nilai (rata-rata 3.883) dengan standar deviasi keseluruhan 1.065 yang menunjukkan bahwa pemilihan jawaban pada skala likert dari responden memiliki variasi beragam, lebih rinci dapat dilihat dari setiap indikator yang memiliki rata-rata paling tinggi terdapat pada indikator pertanyaan “saya menceritakan keunggulan HondaVario series pada orang lain” dengan (rata-rata 4.04) yang menunjukkan bahwa responden pengguna Honda Vario series ingin berbagi pengalaman yang didapat dengan orang lain. (rata-rata 3.71) dari seluruh indikator yaitu “saya berminat untuk meyakinkan orang lain untuk membeli Honda Vario series” pemilik Honda Vario series setelah menceritakan keunggulan yang ada di sepeda motor Honda Vario series ingin juga orang lain merasakan apa yang dia rasakan ketika mengendarai.

Selanjutnya dapat dilihat pada nilai standard deviasi tertinggi pada indikator pertanyaan “saya berminat untuk meyakinkan orang lain untuk membeli Honda Vario series” dengan nilai (standard deviasi 1.116) yang menunjukkan jawaban responen pada pertanyaan tersebut sangat bervariasi. Untuk

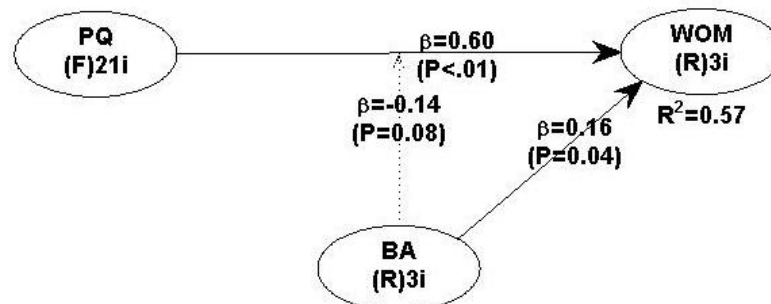
nilai standar deviasi terendah pada indikator pertanyaan “saya menceritakan keunggilan HondaVario *series* pada orang lain” dengan nilai (standar deviasi 1.009) yang menunjukkan jawaban responden tidak terlalu banyak variasi sehingga dapat disimpulkan jika pertanyaan setiap indikator tidak terpaut oleh beberapa jawaban saja tetapi banyak ragam perilaku yang ada dalam pikiran responden ketika mempunyai Honda Vario *series*.

4.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Partial Least Square (PLS). Yang merupakan teknik statistika multivariate dengan melakukan perbandingan antara variabel independen berganda dengan variabel dependen berganda (Hartono dan Abdillah, 2009). Dalam Partial Least Square (PLS), model struktural yang digunakan meliputi tiga tahap, yaitu analisa outer model, analisa inner model, dan pengujian hipotesis (Hussein, 2015).

4.5.1 Path Analysis WarpPls 5.0

Berikut merupakan data hasil pengolahan dari *WarpPls*:



Gambar 4.2 Hasil analisis PLS, Lampiran 6

Gambar diatas merupakan hasil pengujian untuk model *direct effect*. Hasil tersebut, menunjukkan pengaruh langsung PQ terhadap WoM adalah signifikan ($P<0,01$) dengan jalur koefisien sebesar 0,60. Untuk BA memperkuat PQ dan WoM didapatkan hasil yang belum signifikan dengan ($P=0,05$) dengan jalur

koefisien -0,16. Dan terakhir BA terhadap WoM adalah signifikan dengan ($P=0,04$) dengan jalur koefisien 0,16.

4.5.2 Cross Loading Factors

Dari data *cross loading* ini digunakan untuk menentukan apakah indikator sudah dapat dikatakan mewakili dari variabel penelitian. *Cross Loading Factor* yang diketahui nilainya berguna untuk dapat mengetahui seberapa pentingnya indikator, sedangkan nilai mean pada setiap indikator memberikan informasi berapa atau rata-rata jawaban dari responden pada indikator tersebut. Dapat disimak pada tabel 4.10.

Tabel 4.10 *Cross Loading Factor* variabel *Product Quality*

No	Indikator	Loading Factor			Mean
		Product Quality	Brand Attachment	Word of Mouth	
1	X1	0.699	0.048	0.329	3.79
2	X2	0.763	-0.242	0.214	4.37
3	X3	0.755	0.075	0.037	4.23
4	X4	0.812	0.123	-0.346	4.41
5	X5	0.752	-0.136	-0.013	4.25
6	X6	0.715	0.157	-0.212	3.85
7	X7	0.713	0.178	0.186	3.78
8	X8	0.711	-0.231	0.388	4.02
9	X9	0.804	-0.113	-0.046	4.29
10	X10	0.742	-0.164	-0.228	4.26
11	X11	0.714	-0.043	-0.192	3.85
12	X12	0.705	-0.338	0.222	4.06
13	X13	0.762	0.192	-0.067	3.87
14	X14	0.699	0.33	0.133	3.74
15	X15	0.737	-0.117	0.227	4.05
16	X16	0.711	0.251	-0.205	4.38
17	X17	0.755	-0.063	-0.277	4.15
18	X18	0.789	-0.014	-0.016	4.11
19	X19	0.752	0.208	-0.25	3.99
20	X20	0.771	-0.141	0.138	4.05
21	X21	0.724	0.061	0.051	3.84

Sumber: Pengolahan data *WarpPLS5.0* (2017), Lampiran 6

Dilihat pada tabel 4.10 jika nilai tertinggi *cross loading factor* dan dengan nilai *mean* yang juga tinggi yang berarti rata-rata responden menjawab terdapat pada indikator X4 yaitu panel speedometer mudah dibaca yang menjadikan pertanyaan indikator tersebut penting dalam mewakili dari variabel *product quality*. Sedangkan untuk nilai *cross loading* terendah terdapat pada X14 yaitu fitur sepeda motor dapat diandalkan hingga lima tahun akan datang yang menjadikan pertanyaan tersebut masih belum dapat dikatakan mewakili dari variabel *product quality* sehingga perlu ditingkatkan lagi dalam hal kejelasan indikator pertanyaan.

4.5.2.1.2 Analisa Variabel *Brand Attachment*

Tabel 4.11 *Cross Loading* variabel *Brand Attachment*

No	Indikator	Loading Factor			Mean
		Product Quality	Brand Attachment	Word of Mouth	
1	Y1	0.072	0.886	0.103	3.68
2	Y2	0.054	0.924	-0.058	3.59
3	Y3	-0.137	0.832	-0.045	3.38

Sumber: Pengolahan data *Warp PLS 5.0*, 2017, Lampiran 6

Dilihat pada tabel 4.11 jika nilai tertinggi *cross loading factor* dan dengan nilai *mean* yang juga tinggi yang berarti rata-rata responden menjawab terdapat pada indikator Y2 yaitu Saya bersikap loyal terhadap Honda yang menjadikan pertanyaan indikator tersebut penting dalam mewakili dari variabel *brand attachment*. Sedangkan untuk nilai *cross loading* terendah terdapat pada Y3 dengan pertanyaan kenaikan harga yang wajar bukan merupakan hambatan bagi saya untuk membeli Honda yang menjadikan pertanyaan tersebut masih belum dapat dikatakan mewakili dari variabel *brand attachment* sehingga perlu ditingkatkan lagi dalam hal kejelasan indikator pertanyaan untuk mendapatkan jawaban lebih baik.

4.5.2.1.3 Analisa Variabel *Word of Mouth*

Tabel 4.12 *Cross Loading* variabel *Word of Mouth*

No	Indikator	Loading Factor			Mean
		Product Quality	Brand Attachment	Word of Mouth	
1	Z1	0.08	0.025	0.884	3.9
2	Z2	0.063	0.027	0.944	4.04
3	Z3	-0.143	-0.053	0.909	3.71

Sumber: Pengolahan data WarpPLS 5.0, 2017, Lampiran 6

Dilihat pada tabel 4.12 jika nilai tertinggi *cross loading factor* dan dengan nilai *mean* yang juga tinggi yang berarti rata-rata responden menjawab terdapat pada indikator Z2 yaitu saya menceritakan keunggulan Honda Vario series produk pada orang lain yang menjadikan pertanyaan indikator tersebut penting dalam mewakili dari variabel *word of mouth*. Sedangkan untuk nilai *cross loading* terendah terdapat pada Z3 dengan pertanyaan Saya berminat untuk meyakinkan orang lain untuk membeli Honda Vario series yang menjadikan pertanyaan tersebut masih belum dapat dikatakan mewakili dari variabel *word of mouth* sehingga perlu ditingkatkan lagi dalam hal kejelasan indikator pertanyaan untuk mendapatkan jawaban lebih baik.

4.5.2.1.4 *Discriminant Validity*

Tabel 4.13 *Output Correlations among latent variabels*

	PQ	BA	WoM	BA*PQ
PQ	(0.743)	0.492	0.716	-0.294
BA	0.492	(0.882)	0.498	0.067
WoM	0.716	0.498	(0.913)	-0.265
BA*PQ	-0.294	0.067	-0.265	(0.675)

Sumber: WarpPLS5.0(2017)

Output Correlations among latent variabels merupakan koefisien korelasi antara variabel disertai dengan p-value. Output tersebut penting untuk dievaluasi

validitas diskriminan instrument penelitian. Kriteria yang digunakan adalah akar kuadrat (*square roots*) *average variance extracted* (AVE) yaitu nilai kolom diagonal dengan tanda kurung harus lebih tinggi dari korelasi antar variabel laten pada kolom yang sama (diatas atau dibawahnya) maka dapat dikatakan memiliki *discriminat validity* yang baik. Direkomendasikan nilai pengukuran $>0,50$ dan dipandang valid.

Bedasarkan output tersebut diketahui bahwa validitas diskriminan untuk variabel PQ terpenuhi karena akar AVE sebesar (0,743) lebih besar dari pada BA (0,492) dan WoM (0,716), sehingga dapat dikatakan bahwa variabel PQ memenuhi kriteria validitas diskriminan. Validitas untuk variabel BA telah memenuhi kriteria akar AVE sebesar (0,882) yang lebih besar dari pada (0,492) dan (0,498). Variabel WoM juga telah memenuhi syarat validitas karena akar AVE (0,913) yang lebih besar dari pada (0,498) dan (-0,265). Variabel BA sebagai memperkuat PQ dan WoM juga memberikan hasil (0.675) lebih besar dari (-0.265) dan (0.067).

4.5.2.1.5 *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Nilai yang dihasilkan *composite reliability* dan *cronbach's alpha* akan membantu dalam pengujian reliabilitas. Data yang memiliki *composite reliability* > 0.70 memiliki reliabilitas yang tinggi. Sedangkan nilai *conbrach's alpha* yang diharapkan untuk semua konstruk adalah > 0.60 (Hussein, 2015). Dalam tabel 4.9 dapat dibuktikan bahwa penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik. Hal tersebut dapat dilihat pada nilai yang dihasilkan *composite reliability* > 0.7 dan nilai *conbrach's alpha* adalah > 0.60 .

Tabel 4.14 Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Product Quality	0,963	Memenuhi	0,959	Reliabel
Brand Attachment	0,913	Memenuhi	0,856	Reliabel
Word of Mouth	0,937	Memenuhi	0,899	Reliabel
BA*PQ-WoM	0,980	Memenuhi	0,979	Reliabel

Sumber: Pengolahan data dengan *WarpPLS* 5.0(2017)

Nilai *composite reliability* dan nilai *cronbach's alpha* digunakan untuk mengetahui reliabilitas instrumen penelitian. Berdasarkan output diatas, dapat diketahui bahwa *composite reliability* > 0,7 untuk semua variabel. Sehingga dapat dinyatakan semua variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat reliabilitas. Sedangkan untuk *cronbach's alpha* didapati nilai untuk variabel PQ 0,959, BA 0,856, WoM 0,899, dan BA sebagai variabel penguat antara PQ dan WoM menghasilkan 0,979.

4.5.2.2 Goodness of Fit

Goodness of Fit Model pada analisis *WarpPls* yang dimaksud adalah merupakan indeks dan ukuran kebaikan hubungan antar variabel laten (*inner model*).

Tabel 4.15 *Model Fit and Quality Indices*

No	<i>Model Fit and Quality Indices</i>	Kriteria Fit	Hasil WarpPls	Keterangan
1	<i>Average Path Coefficient (APC)</i>	$p < 0,05$	$p < 0,302$	Memenuhi
2	<i>Average R-Squared (ARS)</i>	$p < 0,05$	$p < 0,574$	Ditolak
3	<i>Average Adjusted R-Squared (AARS)</i>	$p < 0,05$	$p < 0,560$	Ditolak
4	<i>Average block VIF (AVIF)</i>	<i>Acceptable if ≤ 5, ideally $\leq 3,3$</i>	1,364	Ideal
5	<i>Average Full Collinearitu VIF (AFVIF)</i>	<i>Acceptable if ≤ 5, ideally $\leq 3,3$</i>	1,804	Ideal
6	<i>Tenenhaus GoF (GoF)</i>	<i>Small $\geq 0,1$; Medium $\geq 0,25$; Large $\geq 0,36$</i>	0,613	<i>Large/ Besar</i>
7	<i>Sympson's Paradox Ratio (SPR)</i>	<i>Acceptable if $\geq 0,7$; ideally = 1</i>	1	Ideal
8	<i>R-Squared Contribution Ratio (RSCR)</i>	<i>Acceptable if $\geq 0,9$; ideally = 1</i>	1	Ideal
9	<i>Statistical Suppression Ratio (SSR)</i>	<i>Acceptable if $\geq 0,7$</i>	1	Diterima
10	<i>Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)</i>	<i>Acceptable if $\geq 0,7$</i>	0,667	Ditolak

Sumber: Pengolahan data dengan *WarpPLS 5.0*(2017), Lampiran 6

4.5.3 Pengujian Hipotesa

Setelah evaluasi pada *outer* dan *inner* model dilakukan evaluasi, analisa dilanjutkan dengan menentukan apakah hipotesa penelitian ditolak atau diterima. Hipotesa. Hipotesa null (H_0) akan ditolak (menerima H_a) jika koefisien jalur $>0,100$ dan nilai p dibawah significance level ($\alpha = 0,05$). Nilai p (p -value) diperoleh dari resampling dengan metode bootstrapping. Tabel 4.11 berikut merangkum hasil uji hipotesis terhadap model penelitian berdasarkan pada gambar 4.1.

Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesa terhadap model penelitian

Hipotesis	Jalur	β	p -value	Keterangan
H ₁	PQ ke WoM	0,60	P<0,01	Signifikan
H ₂	BA * PQ ke WoM	-0,14	P=0.08	Tidak Signifikan
H ₃	BA ke WoM	0,16	P=0.04	Signifikan

Sumber: Pengolahan data dengan *WarpPLS* 5.0(2017)

Dari tabel 4.16 terlihat bahwa ketiga hipotesa menunjukkan hubungan yang signifikan dan tidak signifikan, hipotesis yang menunjukkan hubungan signifikan dan tidak signifikan adalah:

- Hipotesis pengaruh *product quality* (PQ) terhadap *word of mouth* (WoM).
H₁: Terdapat pengaruh *product quality* terhadap word of mouth Honda Vario series.

Temuan: **Terima H₁**

Bedasarkan hasil perhitungan seperti yang terdapat pada tabel 4.16, koefisien jalur dari PQ ke WoM $>0,100$ ($\beta =0,60$) dengan nilai $p <0,01$ (p -value $<0,01$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *product quality* (PQ) berpengaruh signifikan terhadap word of mouth (WOM) sepeda motor Honda Vario series di Sidoarjo. Temuan ini didukung juga dengan Rafid Saifudin (2016), yang menemukan adanya hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan niat untuk merekomendasikan (*word of mouth*). Hal ini menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh dalam pembentukan *word of mouth* di konsumen sepeda motor Honda Vario series.

- Hipotesis *brand attachment* memperkuat pengaruh *product quality* (PQ) dengan *word of mouth* (WoM).

H2: *Brand Attachment* dapat memperkuat hubungan antara *product quality* dengan *word of mouth*

Temuan: **Tolak H2**

Bedasarkan hasil perhitungan seperti yang terdapat pada tabel 4.11, koefisien jalur dari BA sebagai variabel yang memperkuat PQ ke WoM $>0,100$ ($\beta = -0,14$) dengan nilai $p = 0,08$ ($p\text{-value} < 0,01$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *brand attachment* sebagai variabel moderasi memperlemah hubungan *product quality* (PQ) dengan *word of mouth* (WOM) sepeda motor Honda Vario series di Sidoarjo.

- Hipotesis pengaruh *brand attachment* (BA) terhadap *word of mouth* (WoM).

H3: Terdapat pengaruh *brand attachment* terhadap *word of mouth* Honda Vario series.

Temuan: **Terima H3**

Bedasarkan hasil perhitungan seperti yang terdapat pada tabel 4.11, koefisien jalur dari BA ke WoM $>0,100$ ($\beta = 0,16$) dengan nilai $p = 0,04$ ($p\text{-value} < 0,01$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *brand attachment* (BA) berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth* (WOM) pada sepeda motor Honda Vario series. Dan penelitian ini sejalan dengan penelitian Kelik Bayundara (2013) yang menemukan adanya *brand attachment* secara positif berpengaruh pada *word of mouth*. Hal ini menyatakan bahwa keterikatan merek memiliki pengaruh dalam pembentukan *word of mouth* di konsumen sepeda motor Honda Vario series.