

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kendaraan Motor Yamaha

Rico Sandi Aji

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Samsul Bahri

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Syamsul Hidayat, SE., MM.

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Alamat: Jl.Raya Serang-Jakarta KM.3 No.1B, Kota Serang, Banten

Email : rico69881@gmail.com¹, samsulbocil33@gmail.com²

Abstract. *Motorbike factories have developed very rapidly throughout the world, one of which is in Indonesia. Customer satisfaction is a sum of the attitudes shown by customers or consumers regarding the use or acquisition of a product and providing experience in using it (Sumarwan, 2017: 387). The method used in this research is a quantitative or statistical method. The population in this research is all the people of Serang City who have or often buy Yamaha products. The number of respondents that has been determined is 101 respondents. Based on the results of research on 101 respondents and discussion regarding the level of consumer satisfaction with Yamaha brand motorbikes, it can be concluded that Yamaha motorbike consumers in Serang City are in the quite satisfied category when using Yamaha products.*

Keywords: *consumer satisfaction, product quality, repurchase intention.*

Abstrak. Pabrik sepeda motor memiliki perkembangan yang sangat pesat di seluruh dunia salah satunya di indonesia, Kepuasan pelanggan adalah suatu keseluruhan dari sikap yang di perhatikan oleh pelanggan oleh pelanggan atau konsumen atas penggunaan atau peroleh suatu produk dan memberikan pengalaman dalam penggunaannya(Sumarwan,2017:387). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif atau statistik, Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Serang yang pernah atau sering membeli produk Yamaha. Jumlah responden yang telah ditetapkan adalah sebanyak 101 orang responden Berdasarkan hasil penelitian kepada 101 orang responden dan pembahasan mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kendaraan motor merek Yamaha dapat disimpulkan bahwa konsumen motor Yamaha di Kota Serang termasuk dalam kategori cukup puas dalam menggunakan produk Yamaha.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas produk, niat beli ulang.

LATAR BELAKANG

Pabrik sepeda motor memiliki perkembangan yang sangat pesat di seluruh dunia salah satunya di indonesia. Maka produsen sepeda motor berlomba-lomba melakukan inovasi dan memunculkan ide-ide baru dalam rangka menembus seluruh pasar konsumen sehingga memunculkan berbagai macam variasi sepeda motor di indonesia, semakin banyaknya perusahaan otomotif yang masuk ke pasar indonesia yang mengharuskan perusahaan untuk selalu bersaing ditengah tingginya persaingan yang semakin kompetitif, perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat, agar usahanya dapat bertahan dan dapat memenangi persaingan dengan merek-merek motor yang lain.

Received Desember 31, 2023; Accepted January 30, 2024; Published February 29, 2024

* Rico Sandi Aji, rico69881@gmail.com

Kepuasan pelanggan adalah suatu keseluruhan dari sikap yang di perlihatkan oleh pelanggan oleh pelanggan atau konsumen atas penggunaan atau peroleh suatu produk dan memberikan pengalaman dalam peggunaanya (Sumarwan,2017:387). Kepuasan pelanggan merupakan ungkapan rasa senang terhadap penggunaan produk dimana terhadap kesesuaian dan harapan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan, kualitas produk adalah suatu produk yang dapat memenuhi konsumennya (kotler,2015:253) kualitas produk merupakan suatu bentuk manfaat dari produk yang telah memenuhi keinginan dari konsumen dimana produk yang bermutu adalah yang diinginkan pengguna.

Kualitas produk adalah gambaran dari keseluruhan kerja, keandalan, penggunaan, dan estetika dari suatu produk (Tjiptono, 2012:130). Pada dasarnya kualitas produk merupakan gambaran dari keseluruhan kinerja produk dimana kinerja tersebut memiliki estetika dengan persepsi yang sama dengan konsumen, kualitas produk sangat erat dengan kinerja produk yang memiliki kinerja yang baik akan selalu diminati oleh pengguna dan memunculkan ketertarikan dalam membelinya. Pada saat ini banyak terdapat produsen sepeda motor yang memasarkan produknya di indonesia yaitu. PT. Asean motor internasional, PT Yamaha indonesia motor manufacturing, PT Astra honda motor, PT Suzuki indomobil motor, sepeda motor merupakan salah satu produksi otomotif yang menyumbang banyak masalah di indonesia seperti kemacetan namun juga merupakan kebutuhan dasar bagi setiap masyarakat.

Tidak semua orang tertarik untuk membeli sepeda motor yamaha, terdapat beberapa orang yang lebih suka dengan merek motor yang lain dikarenakan tidak terlalu percaya dengan yamaha karena boros bahan bakar, harga jual yang tinggi, dan kurangnya tingkat kenyamanan saat berkendara. Dengan masalah tersebut maka minat seseorang untuk membeli sepeda motor akan berkurang, hal tersebut menuntut para produsen untuk menarik minat pembeli dan meyakinkan para konsumen agar membeli sepeda motor yamaha, faktor-faktor yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli sepeda motor yamaha. Yaitu diantaranya memberikan kenyamanan kepada para konsumen dan memberikan kualitas yang terbaik untuk konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang membuat kepuasan pelanggan dalam membeli sepeda motor yamaha.

KAJIAN TEORITIS

Kepuasan pelanggan adalah suatu keseluruhan dari sikap yang di perlihatkan oleh pelanggan oleh pelanggan atau konsumen atas penggunaan atau peroleh suatu produk dan memberikan pengalaman dalam penggunaannya (Sumarwan, 2017:387). Kepuasan pelanggan merupakan ungkapan rasa senang terhadap penggunaan produk dimana terhadap kesesuaian dan harapan.

Pada kajian penelitian ini mengenai perilaku konsumen, minat beli dan Keputusan pembelian yang telah banyak dilakukan oleh peneliti. Beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang terkait adalah penelitian pertama yang dilakukan oleh Rina Sri Dewi (2019) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Suracojaya Abadi Motor Cabang Batua Raya Makassar. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Suracojaya Abadi Motor Cabang Batua Raya Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di perusahaan PT. Suracojaya abadi motor cabang batua raya Makassar.

Putri Utari (2019) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Gowata Sakti motor. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan kepuasan pelanggan pada bengkel gowata sakti motor. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan.

Intan Fisna Mayasari (2016) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Putra Rinjani Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Bagian ini menguraikan teori-teori relevan yang mendasari topik penelitian dan memberikan ulasan tentang beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dan memberikan acuan serta landasan bagi penelitian ini dilakukan. Jika ada hipotesis, bisa dinyatakan tidak tersurat dan tidak harus dalam kalimat tanya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif atau statistik. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk penelitian terhadap populasi atau sampel tertentu dan berlandaskan pada filsafat empirisme.

Pada penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data, dengan cara Instrumen kuesioner untuk mengumpulkan data primer dalam bentuk pertanyaan terbuka, yaitu pertanyaan yang memberi kebebasan kepada responden untuk memberi jawaban, sebuah pertanyaan hanya bisa diberikan diantara pilihan yang sudah tersedia. Sedangkan pengukuran data yang dilakukan oleh penulis yaitu menggunakan skala likert Summated Rating (LSR), dengan kriteria skor sebagai berikut :

- Sangat Setuju = Bobot 1
- Setuju = Bobot 2
- Tidak Setuju = Bobot 3

Hasil dari pengumpulan dan pengukuran data tersebut akan diolah dengan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) dan menggunakan bantuan excel. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif responden dan Teknik analisis regresi linear berganda.

Dengan demikian, pendekatan ini akan memungkinkan para analis untuk mengetahui sejauh mana perilaku konsumen terhadap kepuasan terhadap kendaraan motor Yamaha di kalangan masyarakat Kota Serang.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Serang yang pernah atau sering membeli produk Yamaha. Jumlah responden yang telah ditetapkan adalah sebanyak 101 orang responden. Peneliti menggunakan strategi sampel acak untuk mengidentifikasi teknik pengambilan sampel dengan menyebarkan kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Data responden yang diperoleh adalah penelitian ini berasal dari kuesioner yang di bagikan secara online melalui google form pada masyarakat di Kota Serang. Responden yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 101 responden.

Tabel 1. Berdasarkan Gender

Keterangan	Klasifikasi	Jumlah Responden	Responden %
Jenis Kelamin	Laki-laki	41	41,2%
	Perempuan	60	58,9%

Berdasarkan Tabel 1 diatas tentang karakteristik gender pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa responden laki-laki berjumlah 42 orang atau 41,3% dan responden Perempuan berjumlah 60 orang atau 58,9% Hal ini menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin Perempuan cenderung lebih banyak membeli produk Yamaha dibanding laki-laki.

Tabel 2. Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Responden %
17 – 20	64	63,9%
21 – 25	31	30,5%
26 – 30	2	2%
31 – 35	1	1%
36 – 45	3	3%

Berdasarkan Tabel 2 diatas tentang karakteristik Usia pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa responden dengan usia 17-20 tahun berjumlah 64 orang atau 63,9% , dengan usia 21-25 tahun berjumlah 31 Orang atau 30,5%, dengan usia 26-30 tahun berjumlah 2 orang atau 2%, dengan usia 31-35 tahun berjumlah 1 orang atau 1%, dengan usia 41-45 tahun berjumlah 3 orang atau 3% hal ini menunjukkan bahwa responden dengan usia 17-20 tahun cenderung lebih banyak yang membeli produk Yamaha.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Item-item pertanyaan yang akan digunakan sebelumnya terlebih dahulu harus dilakukan uji validitas. Tujuannya adalah agar data yang diambil benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Dalam metode validitas dan reliabilitas, acuan untuk mengambil keputusan valid atau tidaknya suatu item dapat dilakukan dengan melihat nilai seluruh item alpha. Bila nilai alpha seluruh bertanda positif maka item tersebut dianggap valid.

		Correlations								
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	kepuasan
X1	Pearson Correlation	1	.435**	.560**	.654**	.568**	-.084	.132	.371**	.694**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.404	.185	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X2	Pearson Correlation	.435**	1	.499**	.628**	.348**	.065	.421**	.264**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.517	.000	.007	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X3	Pearson Correlation	.560**	.499**	1	.564**	.492**	.028	.342**	.340**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.780	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X4	Pearson Correlation	.654**	.628**	.564**	1	.531**	-.101	.379**	.311**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.312	.000	.001	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X5	Pearson Correlation	.568**	.348**	.492**	.531**	1	-.049	.216*	.316**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.627	.029	.001	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X6	Pearson Correlation	-.084	.065	.028	-.101	-.049	1	.227*	.249*	.298**
	Sig. (2-tailed)	.404	.517	.780	.312	.627		.022	.012	.002
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X7	Pearson Correlation	.132	.421**	.342**	.379**	.216*	.227*	1	.322**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.185	.000	.000	.000	.029	.022		.001	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X8	Pearson Correlation	.371**	.264**	.340**	.311**	.316**	.249*	.322**	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.001	.001	.012	.001		.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
kepuasan	Pearson Correlation	.694**	.719**	.738**	.751**	.650**	.298**	.583**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pada table uji validitas ini hasil pengelolaan data dengan SPSS versi 26 berdasarkan table data diketahui bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner kepuasan X dikatakan valid.

		Correlations			
		Y1	Y2	Y3	pelanggan
Y1	Pearson Correlation	1	.331**	.166	.727**
	Sig. (2-tailed)		.001	.095	.000
	N	102	102	102	102
Y2	Pearson Correlation	.331**	1	.324**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.000
	N	102	102	102	102
Y3	Pearson Correlation	.166	.324**	1	.637**
	Sig. (2-tailed)	.095	.001		.000
	N	102	102	102	102
pelanggan	Pearson Correlation	.727**	.785**	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

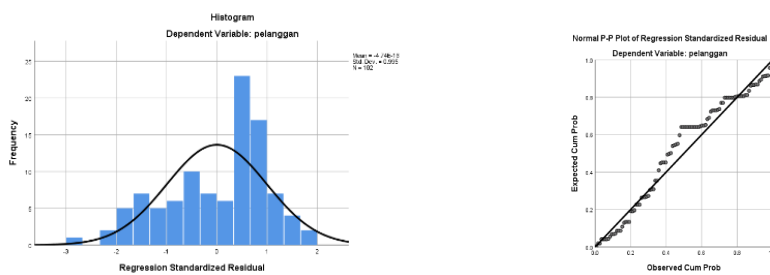
Pada table uji validitas ini hasil pengelolaan data dengan SPSS versi 26 berdasarkan table data diketahui bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner pelanggan Y dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.778	8

Tabel reliability statistics menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha = 0,778 dari 8 item variabel. Nilai reabilitas 0,778 adalah nilai moderat sehingga kuesioner ini dikatakan konsisten (reliable).

C. Uji Asumsi



Uji normalitas grafik dan P-plot dinyatakan tidak valid

D. Uji non parametik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		102	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.01646851	
Most Extreme Differences	Absolute	.161	
	Positive	.064	
	Negative	-.161	
Test Statistic		.161	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.009 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.007
		Upper Bound	.012
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.			

Setelah di uji non parametik hasilnya menjadi 0,09 di nyatakan normal

E. Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	102	2	5	4.01	.850
X2	102	2	5	3.78	1.077
X3	102	2	5	3.90	.917
X4	102	2	5	3.99	.802
X5	102	2	5	4.03	.861
X6	102	2	5	3.47	1.041
X7	102	2	5	4.09	.785
X8	102	2	5	3.06	1.193
Y1	102	2	5	3.59	1.172
Y2	102	2	5	3.51	1.158
Y3	102	2	5	3.75	.930
Valid N (listwise)	102				

- Varibel X1 memiliki nilai minimum (2), nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean (4,01) dan nilai standar devation sebesar (0,850)
- Varibel X2 memiliki nilai minimum (2), nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean (3,78) dan nilai standar devation sebesar (1,077)
- Varibel X3 memiliki nilai minimum (2), nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean (3,90) dan nilai standar devation sebesar (0,917)
- Varibel X4 memiliki nilai minimum (2), nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean (3,99) dan nilai standar devation sebesar (0,802)
- Varibel X5 memiliki nilai minimum (2), nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean (4,03) dan nilai standar devation sebesar (0,861)
- Varibel X6 memiliki nilai minimum (2), nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean (3,47) dan nilai standar devation sebesar (1,041)
- Varibel X7 memiliki nilai minimum (2), nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean (4,09) dan nilai standar devation sebesar (0,785)
- Varibel X8 memiliki nilai minimum (2), nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean (3,06) dan nilai standar devation sebesar (1,193)
- Varibel Y1 memiliki nilai minimum (2), nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean (3,59) dan nilai standar devation sebesar (1,172)
- Varibel Y2 memiliki nilai minimum (2), nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean (3,51) dan nilai standar devation sebesar (1,158)
- Varibel Y3 memiliki nilai minimum (2), nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean (3,75) dan nilai standar devation sebesar (0,930)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kepuasan pelanggan adalah suatu keseluruhan dari sikap yang di perlihatkan oleh pelanggan oleh pelanggan atau konsumen atas penggunaan atau peroleh suatu produk dan memberikan pengalaman dalam penggunaannya (Sumarwan, 2017:387). Kepuasan pelanggan merupakan ungkapan rasa senang terhadap penggunaan produk dimana terhadap kesesuaian dan harapan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan, kualitas produk adalah suatu produk yang dapat memenuhi konsumennya (kotler,2015:253) kualitas produk merupakan suatu bentuk manfaat dari produk yang telah memenuhi keinginan dari konsumen dimana produk yang bermutu adalah yang diinginkan pengguna.

Pada reliability statistics menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha = 0,778 dari 8 item variabel. Nilai reabilitas 0,778 adalah nilai moderat sehingga kuesioner ini dikatakan konsisten (reliable). Hasil menunjukkan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara positif signifikan, begitupun kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian kepada 101 orang responden dan pembahasan mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kendaraan motor merek Yamaha dapat disimpulkan bahwa konsumen motor Yamaha di Kota Serang termasuk dalam kategori cukup puas dalam menggunakan produk Yamaha. Hal ini berdasarkan penelitian table dimensi validitas dan rabilitas diatas dari hasil pengumpulan data yang dilakukan dari data responden yang ditemukan bahwa responden didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 60 responden atau 58,9%. Dari 101 responden, sebesar 94,4% yaitu berusia antara 17 hingga 25 tahun. Berdasarkan hasil itu, maka untuk mewujudkan pelanggan yang loyal manajemen bengkel Yamaha harus terus meningkatkan kualitas pelayanannya dan kualitas produk sehingga menciptakan kepuasan dibenak para pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Wijaya, H. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Sport Yamaha Yzf-R25 Di Kota Cilegon. *Jurnal Intent: Jurnal Industri dan Teknologi Terpadu*, 1(1), 90-99.
- Amalia, L. (2013). Analisis hubungan kepuasan dengan loyalitas konsumen terhadap sepeda motor yamaha vixion pada bengkel abadi motor kebon jeruk jakarta barat. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 4(2), 17897.
- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(1), 23-37.
- Fermayani, R., Egim, A. S., & Harahap, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Yamaha Nmax (Studi Kasus Pada PT. Yamaha Tjahaja Baru). *Jurnal Ecogen*, 4(3), 427-435.
- Suryalena, S., & Zuliarni, S. (2017). Analisis Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Sepeda Motor Yamaha Vixion di Kecamatan Bangkinang Kota, Kabupaten Kampar, Riau. *Journal of Applied Business Administration*, 1(1), 122-138.
- Rahmawati, Y. O., Kusniawati, A., & Setiawan, I. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Konsumen Bahana Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(4), 102-115.
- Tuju, R. E., & Loindong, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Sepeda Motor Yamaha Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Hasjrat Abadi di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Sumitro, Y., & Soekotjo, W. (2018). Analisis Tingkat Persaingan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha Dan Honda. *Majalah Ekonomi*, 23(2), 286-296.
- Utama, I. D. A. G. A. (2019). *Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Nugrahanto, N. F. R., Farida, N., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh kualitas produk dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan konsumen (Studi pada konsumen Yamaha Vixion PT. Mataram Sakti Setiabudi). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 178-185.