

BAB IV

ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil Yamaha di Kota Sidoarjo

Di kota Sidoarjo banyak tersebar *dealer-dealer* Yamaha yang akan memudahkan bagi konsumen untuk mengakses dan melakukan pembelian produk-produk Yamaha, di antara *dealer-dealer* Yamaha yang tersebar di kota Sidoarjo dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Dealer-dealer Yamaha di Kabupaten Sidoarjo

Nama	Alamat
Al- Handoko	Jl. Sedati gede no.162 A
Citra Family Motor	Perum citra Harmoni Jl. Raya Trosobo KM 20
Dwi Putra Abadi	Jl. Raya Suko Center Point no.6
Funs Motor	Taman Pondok Jati B-12
Garuda Jaya Motor	Jl. Gajah Mada no.31
Graham Utama Motor	Graha Anggrek Mas A/32 Pager Wojo
Halim Motor	Jl. Wonocolo 53 Taman Sepanjang
Hidayah Motor	Jl. Pondok Sedati Asri Ds. Pulungan Sedati
Hutamah Amanah Motor	Jl. Taruna III 282
Indo Perkasa IV	Jl. Raya Trosobo no.27

Nama	Alamat
Pahlawan Motor	Jl. Cemengkaleng 14
Pangestu Motor	Jl. Imam Bonjol (Kauman) no 100, Krian
Pangestu Motor	Jl. Jenggolo 44 D-E
Pangestu Motor	Jl. Raya 538, Krian
Pangestu Utomo Motor	Jl. Raya 538- Krian (Raya Porong 162)
Pit Stop Motor	Ruko Green Park Regency no.FF17 Jl. Raya Gebang
RAAY Motor	Jl. Brigjen Katamso no72 Kepuh Kiriman Waru
RAAY Motor	Jl. Ahmad Yani Ds. Karang Nongko Rt1/1 Sukodono
Rahayu Utama I	Jl. Kali Jaten 71 Sepanjang Town House
Setya Motor	Jl. Raya Krian-Prambon, Kedung Wonokerto
Sinar Sakti Jaya Motor	Jl. Diponegoro 28
Surya Indah Motor	Jl. Majapahit no123
Surya Sejahterah	Jl. Raya Waru 34-36
UD. Sekar Mega Jaya	Ds. Krembung Rt 005 Rw 003
Yamaha Yes Sidoarjo	Jl. Raya Gedangan no.175
Yes Krian	Jl. Mandi Residence A2/6-9 Jeruk gamping, Krian
Yes Sidoarjo II	Jl. Jenggolo no.5 Sidoarjo
Yes sidoarjo III	Jl. Raya Buduran No.137

Sumber: m.yamaha-motor.co.id/nc/dealer-network(Kab-Sidoarjo)

Kota Sidoarjo terletak di dataran rendah. Sidoarjo di kenal dengan sebutan kota Delta, karena berada di antara dua sungai besar pecahan Kali Brantas yakni Kali Mas dan Kali Porong. Kota Sidoarjo berada di selatan Surabaya dan secara geografis kedua kota ini seolah menyatu. Batas wilayah kota Sidoarjo sebelah utara yaitu kota Surabaya dan kabupaten Gresik. Sebelah selatan berbatasan dengan kabupaten Pasuruan dan kabupaten Mojokerto. Sebelah barat kabupaten Mojokerto. Dan timur selat Madura.

Kabupaten Sidoarjo terdiri atas 18 kecamatan, diantaranya Kecamatan Sidoarjo, Kecamatan Balongbendo, Kecamatan Buduran, Kecamatan Candi, Kecamatan Gedangan, Kecamatan Jabon, Kecamatan Krembung, Kecamatan Krian, Kecamatan Prambon, Kecamatan Porong, Kecamatan Sedati, Kecamatan Sukodono, Kecamatan Taman, Kecamatan Tanggulangin, Kecamatan Tarik, Kecamatan Tulangan, Kecamatan Waru, Kecamatan Wonoayu.

Kecamatan Tanggulangin berada di sebelah selatan ibu kota Sidoarjo. Hanya berjarak 9 km dari pusat kota Sidoarjo. Sebelah barat berbatasan dengan kecamatan Tulangan, sebelah selatan berbatasan dengan kecamatan Porong, sebelah utara berbatasan dengan kecamatan Candi, sedangkan sebelah timur berbatasan dengan kecamatan Candi dan Porong. Adapun desa / kelurahan di Kecamatan Tanggulangin antara lain, Desa Banjar Asri, Desa Banjar Panji, Desa Boro, Desa Ganggang Panjang, Desa Gempolsari, Desa Kalidawir, Desa Kalisampurno, Desa Kalitengah, Desa Kedensari, Desa Kedung Banteng, Desa Kedung Bendo, Desa Ketapang, Desa Ketegan, Desa Kludan, Desa Ngaban, Desa Penatar Sewu, Desa Putat, Desa Randegan, dan Desa Sentul.

2. Gambaran Karakteristik Responden

Dari 144 kuesioner yang disebarakan kepada 144 responden selama 19 hari pada konsumen sepeda motor yamaha di kecamatan tanggulangin sidoarjo, maka diperoleh data gambaran karakteristik responden yang meliputi: data responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. yang akan dijabarkan sebagai berikut:

- a. Data responden berdasarkan jenis kelamin, pada penelitian ini digunakan untuk melihat konsumen sepeda motor Yamaha di kecamatan Tanggulangin Sidoarjo berdasarkan jenis kelamin yang menjadi sampel dari penelitian, adapun penjelasan dari identifikasi dapat di jelaskan di tabel berikut:

Tabel 4.2
Tabel jenis kelamin responden

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Prosentase
1	Laki-laki	108	75%
2	Perempuan	36	25%
	Total	144	100%

Dari hasil identifikasi tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen sepeda motor di Kecamatan Tanggulangin Sidoarjo yang menjadi sampel pada saat peneliti menyebarkan kuesioner adalah laki-laki dengan prosentase sebesar 75% sebanyak 108 responden.

- b. Data responden berdasarkan usia digunakan untuk melihat konsumen sepeda motor Yamaha di kecamatan Tanggulangin Sidoarjo berdasarkan usia yang menjadi sampel dari penelitian, adapun penjelasan dari identifikasi dapat di jelaskan di tabel berikut:

Tabel 4.3
Tabel Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Prosentase
1	16-25 tahun	12	8,3%
2	26-35 tahun	75	52,2%
3	36-45 tahun	32	22,2%
4	46-55 tahun	25	17,3%
	Total	144	100%

Dari hasil identifikasi tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen sepeda motor di Kecamatan Tanggulangin Sidoarjo yang menjadi sampel pada saat peneliti menyebarkan kuesioner adalah berusia 26-35 tahun dengan prosentase sebesar 52,2% sebanyak 75 responden.

- c. Data responden berdasarkan pekerjaan digunakan untuk melihat konsumen sepeda motor berdasarkan pekerjaan di kecamatan Tanggulangin Sidoarjo yang menjadi sampel dari penelitian, adapun penjelasan dari identifikasi dapat di jelaskan di tabel berikut:

Tabel 4.4
Tabel Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Prosentase
1	PNS	12	8,4%
2	Pegawai swasta	82	56,9%
3	Wiraswasta	40	27,7%
4	Ibu rumah tangga	6	4,2%
5	Lain-lain	4	2,8%
	Total	144	100%

Dari hasil identifikasi tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pekerjaan melihat konsumen sepeda motor di kecamatan Tanggulangin Sidoarjo yang menjadi sampel pada saat peneliti menyebarkan kuesioner adalah pegawai swasta sebanyak 82 responden (56,9%).

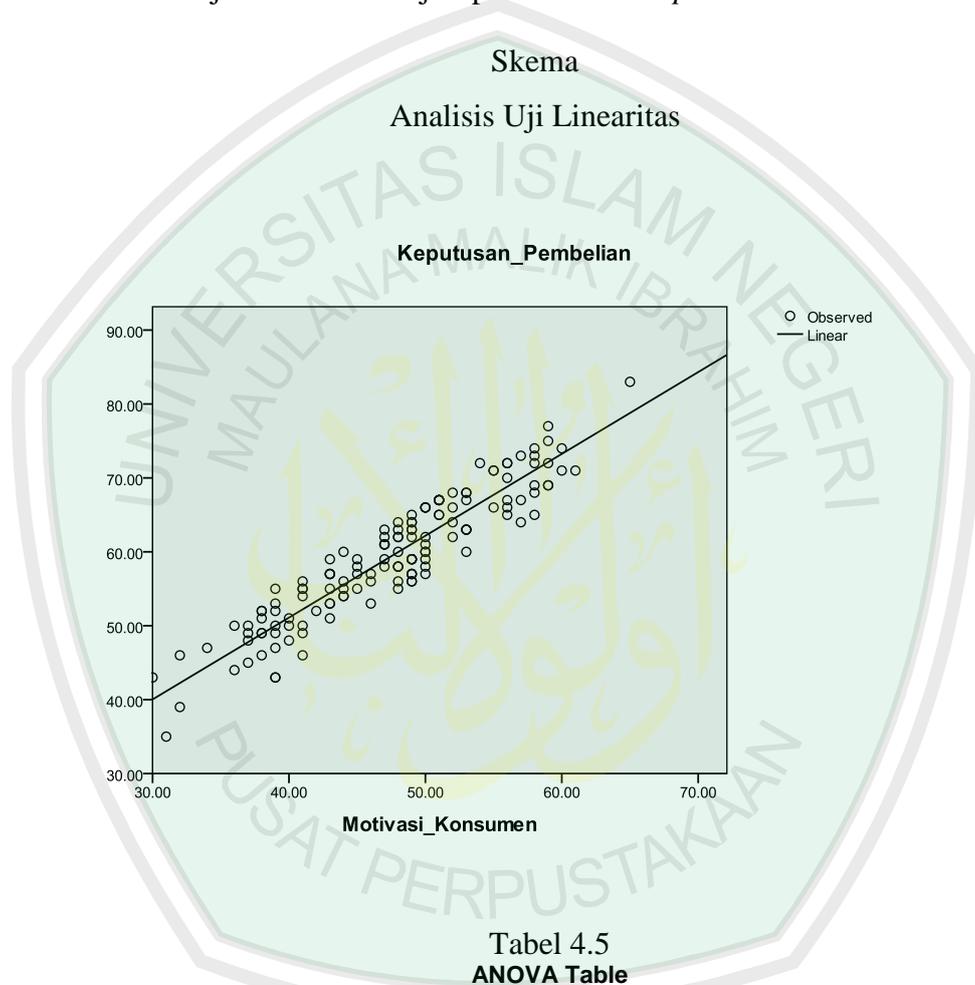
B. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Asumsi

a. Hasil Uji Linearitas

Tujuan uji linearitas adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk hubungan antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Dari hasil perhitungan diperoleh harga nilai signifikansi $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat dalam bentuk linear. Berdasarkan dari hasil uji linearitas, hubungan antara Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian menghasilkan Rsq 0,868

dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Keterangan tersebut menunjukkan adanya hubungan linear antara variabel Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian sehingga analisis data dapat dilanjutkan melalui uji hipotesis analisis *product moment*.



		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Pembelian * Motivasi_Konsumen	Between (Combined) Groups	9296.691	30	309.890	33.071	.000
	Linearity	8989.958	1	8989.958	959.391	.000
	Deviation from Linearity	306.733	29	10.577	1.129	.318
	Within Groups	1058.864	113	9.370		
Total		10355.556	143			

b. Hasil Uji Normalitas

1. Uji normalitas sebaran pada angket Motivasi Konsumen dilakukan dengan metode statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Data dapat dikatakan terdistribusi normal jika memiliki nilai $p > 0,005$. Hasil uji normalitas diperoleh nilai $Z = 1,061$ dan $p = 0,210$. Hasil uji normalitas ini menunjukkan bahwa distribusi data angket Motivasi Konsumen telah menyebar secara normal. Metode statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* Dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.6

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Motivasi Konsumen

		Motivasi_Konsumen
N		144
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	47.5347
	Std. Deviation	7.16139
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.088
	Positive	.062
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		1.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.210

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji normalitas sebaran pada angket Keputusan Pembelian dilakukan dengan metode statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Data dapat dikatakan terdistribusi normal jika memiliki nilai $p > 0,005$. Hasil uji normalitas diperoleh nilai $Z = 0,527$ dan $p = 0,944$. Hasil uji normalitas ini menunjukkan

bahwa distribusi data angket Motivasi Konsumen telah menyebar secara normal. Metode statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* Dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.7

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Keputusan Pembelian

		Keputusan_Pembelian
N		144
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	59.4444
	Std. Deviation	8.50979
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.035
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.527
Asymp. Sig. (2-tailed)		.944

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Hasil Uji Deskriptif

a. Motivasi Konsumen

Untuk mengetahui kategorisasi pada variabel Motivasi Konsumen pada subyek penelitian, dilakukan perhitungan untuk melihat tingkat Motivasi Konsumen pengguna produk motor merk Yamaha, sehingga dapat diketahui bagaimana tingkat Motivasi Konsumen sepeda motor Yamaha di Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo dalam pembelian produk motor merk Yamaha dalam tingkat Keputusan Pembelian yang tinggi, sedang atau rendah.

Nilai skala dari tiap kategori dapat diketahui setelah mendapatkan mean dan standart deviasinya. Mean dan standart deviasi diperoleh melalui perhitungan dengan bantuan SPSS (*stastitical product and service solution*) 17.00 *for windows* dan didapatkan hasil mean sebesar 47,5347 dan standart deviasi sebesar 7,16139

Tabel 4.8
Deskripsi Statistik Motivasi Konsumen

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Motivasi Konsumen	47.5347	7.16139	144

Untuk mengetahui tingkat Motivasi Konsumen sepeda motor Yamaha di Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo pengkategorian tersebut dapat diketahui setelah melalui perhitungan manual dengan langkah-langkah berikut :

- a. Menghitung mean hipotetik (μ) dari Motivasi Konsumen dengan rumus :

$$\mu = \frac{1}{2} (i_{\max} + i_{\min}) \sum k \quad \mu = \text{Rerata Hipotetik}$$

$$= \frac{1}{2} (5+1) 16$$

$$= 3.16$$

$$= 48$$

$$i_{\max} = \text{Skor maksimal item skala}$$

$$i_{\min} = \text{Skor minimum item skala}$$

$$\sum k = \text{Jumlah item}$$

b. Menghitung deviasi standart hipotetik dengan rumus :

$$\alpha = 1/6 (i_{\max} - i_{\min}) \quad \alpha = \text{SD Hipotetik}$$

$$= 1/6 (65 - 30) \quad i_{\max} = \text{Skor maksimal subyek}$$

$$= 1/6.35 \quad i_{\min} = \text{Skor minimum subyek}$$

$$= 5,8$$

c. Kategorisasi

Pengkategorian dapat dilakukan dengan cara membagi tiga kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah, dengan pembagian sebagai berikut :

Tabel 4.9

Kategori	Kriteria
Tinggi	$X > (\mu + 1\alpha)$
Sedang	$(\mu - 1\alpha) \leq X \leq (\mu + 1\alpha)$
Rendah	$X < (\mu - 1\alpha)$

$$\text{Tinggi} = \mu + 1\alpha$$

$$= 48 + (1.5,8)$$

$$= 53,8$$

$$\text{Sedang} = \mu + 1\alpha \leq X \leq \mu - 1\alpha$$

$$= 42,2 \leq X \leq 53,8$$

$$\text{Rendah} = \mu - 1\alpha$$

$$= 48 - (1.5,8)$$

$$= 42,2$$

Dari hasil diatas dapat dilakukan pengkategorian atau standarisasi sebagai berikut :

1. Kategori tinggi adalah skor yang lebih besar dari 53,8
2. Kategori sedang adalah skor yang dimulai dari skor 42,2 sampai 53,8
3. Kategori rendah adalah skor yang kurang dari 42,2

Berdasarkan distribusi ini, dapat ditentukan besarnya frekuensi untuk masing-masing kategori berdasarkan skor yang diperoleh. Untuk lebih jelas dan data selengkapnya dapat dilihat tabel dibawah ini :

Tabel 4.10
Distribusi tingkat Motivasi Konsumen

Variabel	Kategori	Kategori	Frekuensi	%
Motivasi Konsumen	Tinggi	$X > 53,8$	140	97 %
	Sedang	$42,2 < X \leq 53,8$	4	3 %
	Rendah	$X \leq 42,2$	-	0 %
Jumlah			144	100 %

Dan di atas menjelaskan bahwa Motivasi Konsumen responden dengan kategori tinggi dengan tingkat prosentase sebesar 97 % dengan jumlah responden 140 dari 144 responden yang ada. Sedangkan responden yang memiliki tingkat Motivasi Konsumen yang sedang sejumlah 3 % dengan jumlah 4 responden dari 144 responden yang ada, dan konsumen yang memiliki tingkat Motivasi Konsumen yang rendah sebesar 0 % atau tidak ada responden dalam tingkat ini. Sehingga dapat dilihat bahwa tingkat Motivasi Konsumen berada di kategori yang tinggi.

b. Keputusan Pembelian

Untuk mengetahui kategorisasi tingkatan pada variabel Keputusan Pembelian pada subyek penelitian, dilakukan pengklasifikasian skor subyek berdasarkan norma yang ditentukan. Penghitungan norma dilakukan untuk melihat tingkat Keputusan Pembelian pengguna produk motor merk Yamaha, sehingga dapat diketahui bagaimana tingkat Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha di Kecamatan

Tanggulangin, Sidoarjo dalam pembelian produk motor merk Yamaha dalam tingkat Keputusan Pembelian yang tinggi, sedang atau rendah.

Dalam melakukan pengkategorian ini, peneliti menggunakan skor hipotetik. Adapun langkah-langkah dalam pembuatan skor hipotetik dalam penelitian ini adalah:

- a. Menghitung mean hipotetik (μ) dari Keputusan Pembelian dengan

rumus :

$$\mu = \frac{1}{2} (i_{\max} + i_{\min}) \sum k \quad \mu = \text{Rerata Hipotetik}$$

$$= \frac{1}{2} (5+1) 20$$

$$= 3.20$$

$$= 60$$

i_{\max} = Skor maksimal item skala

i_{\min} = Skor minimum item skala

$\sum k$ = Jumlah item

- b. Menghitung deviasi standart hipotetik dengan rumus :

$$\alpha = \frac{1}{6} (i_{\max} - i_{\min}) \quad \alpha = \text{SD Hipotetik}$$

$$= \frac{1}{6} (83 - 35)$$

$$= \frac{1}{6}.48$$

$$= 8$$

i_{\max} = Skor maksimal subyek

i_{\min} = Skor minimum subyek

c. Kategorisasi :

Pengkategorian dapat dilakukan dengan cara membagi tiga kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah, dengan pembagian sebagai berikut :

Tabel 4.11

Kategori	Kriteria
Tinggi	$X > (\mu + 1\alpha)$
Sedang	$(\mu - 1\alpha) \leq X \leq (\mu + 1\alpha)$
Rendah	$X < (\mu - 1\alpha)$

$$\text{Tinggi} = \mu + 1\alpha$$

$$= 60 + (1.8)$$

$$= 68$$

$$\text{Sedang} = \mu + 1\alpha \leq X \leq \mu - 1\alpha$$

$$= 68 \leq X \leq 52$$

$$\text{Rendah} = \mu - 1\alpha$$

$$= 60 - (1.8)$$

$$= 52$$

Dari hasil di atas dapat dilakukan pengkategorian atau standarisasi sebagai berikut:

- 1) Kategori tinggi adalah skor yang lebih besar dari 68

- 2) Kategori sedang adalah skor yang dimulai dari skor 52 sampai 68
- 3) Kategori rendah adalah skor yang kurang dari 52

Berdasarkan distribusi ini, dapat ditentukan besarnya frekuensi untuk masing-masing kategori berdasarkan skor yang diperoleh. Untuk lebih jelas dan data selengkapnya dapat dilihat tabel dibawah ini :

Tabel 4.12
Distribusi tingkat Keputusan Pembelian

Variabel	Kategori	Kategori	Frekuensi	%
Keputusan Pembelian	Tinggi	$X > 68$	142	99 %
	Sedang	$52 < X \leq 68$	2	1 %
	Rendah	$X \leq 52$	-	0 %
Jumlah			144	100 %

Dan di atas menjelaskan bahwa Keputusan Pembelian responden dengan kategori tinggi dengan tingkat prosentase sebesar 99 % dengan jumlah responden 142 dari 144 responden yang ada. Sedangkan responden yang memiliki tingkat Keputusan Pembelian yang sedang sejumlah 1 % dengan jumlah 2 responden dari 144 responden yang ada, dan konsumen yang memiliki tingkat Keputusan Pembelian yang rendah sebesar 0 % atau tidak ada responden dalam tingkat ini.

3. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini untuk memprediksi apakah ada hubungan (korelasi) Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian pengguna produk motor merk Yamaha, sehingga dapat diketahui ada atau tidak ada hubungan motivasi konsumen dengan keputusan pembelian produk motor merk Yamaha. Maka dilakukan analisis korelasi *product moment* dari Karl Pearson dengan menggunakan program SPSS *versi 17.0 for window* untuk dua variabel dan untuk uji hipotesis penelitian. Setelah dilakukan analisis data diketahui hasil korelasi sebagai berikut :

Tabel 4.13

Correlations Antara Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian

		Motivasi_Konsumen	Keputusan_Pembelian
Motivasi_Konsumen	Pearson Correlation	1	.932**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	144	144
Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	144	144

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

Selanjutnya untuk mengetahui hubungan Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha di Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.14
 Hasil Korelasi Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian motor
 Yamaha

Rxy	Sig.	Keterangan	Kesimpulan
0,932	0,000	Sig. < 0,05	Sangat Signifikan

C. Pembahasan

Keputusan Pembelian merupakan suatu variabel yang disebabkan oleh kombinasi dari Motivasi Konsumen sehingga Keputusan Pembelian merupakan fungsi dari Motivasi konsumen. Jika hubungan antara Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian adalah positif, maka Motivasi Konsumen yang tinggi akan meningkatkan Keputusan Pembelian produk motor merk Yamaha.

Hasil penelitian yang dilakukan pada tanggal 1-19 Maret 2015 yang bertempat di kecamatan Tanggulangin ditunjukkan kepada responden yang menggunakan sepeda motor merk Yamaha dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui bahwa tingkat motivasi konsumen berada dalam kategori tinggi dengan tingkat prosentase sebesar 97 % dengan jumlah responden 140 dari 144 responden yang ada. Sedangkan responden yang memiliki tingkat motivasi konsumen yang sedang sejumlah 3 % dengan jumlah 4 responden dari 144 responden yang ada, dan konsumen yang memiliki tingkat motivasi konsumen yang rendah sebesar 0 % atau tidak ada responden dalam tingkat ini. Dari hasil ini dapat di ketahui bahwa konsumen Sepeda motor merk Yamaha di kecamatan tanggulangin Sidoarjo memiliki tingkat motivasi konsumen

yang tinggi. Hasil ini mendukung pendapat beberapa teori dan penelitian terdahulu yang mengemukakan, ada pengaruh yang kuat dari motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen. Pembelian produk dengan didasari motivasi yang lebih kuat oleh konsumen menimbulkan keputusan pembelian yang lebih signifikan. Hal ini berarti juga bahwa jika motivasi konsumen semakin tinggi, maka akan mengakibatkan semakin tinggi kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian produk sepeda motor Yamaha.

Tingkat keputusan pembelian dapat diketahui dari hasil penelitian yang telah dilakukan kepada konsumen sepeda motor merek Yamaha di Kecamatan Tanggulangin kepada 144 responden, dapat diketahui 142 orang dalam kategori tinggi dengan prosentase 99 %, 2 orang dalam kategori sedang dengan prosentase 1%, dan dalam kategori rendah adalah 0 atau dengan prosentase 0%. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa konsumen sepeda motor merek Yamaha di Kecamatan Tanggulangin Sidoarjo memiliki tingkat keputusan pembelian yang tinggi.

Hasil analisis korelasi yang digunakan untuk menguji hipotesis diperoleh r_{xy} 0,932 dengan taraf signifikansi 0,000 dengan besarnya sampel 144 subjek. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara motivasi konsumen dengan keputusan pembelian pada produk motor merek Yamaha di kecamatan tanggulangin sidoarjo dengan $\alpha < 0.05$ dapat dijelaskan dengan ($r_{xy} = 0,932$; $\text{sig} = 0.000$ dan $\alpha < 0.05$). Hipotesis dalam penelitian ini adalah dapat diterima karena terdapat hubungan yang sangat positif antara motivasi konsumen (x) dengan keputusan pembelian (y) pengguna motor merek Yamaha. (Swasta 2000) mengatakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen ada

dua hal yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Salah satu faktor internal yang mempengaruhi adalah motivasi. Motivasi merupakan kekuatan penggerak dalam diri seseorang untuk bertindak ataupun untuk melakukan pengambilan keputusan.

