

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DESAIN DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA DI CV.TRIO MOTOR MUARA TEWEH**

SKRIPSI

**OLEH
ALMUNA**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2021 M/ 1442 H

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DESAIN DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA DI CV. TRIO MOTOR MUARA TEWEH**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi**

Oleh :

ALMUNA

170101050178

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2021 M/ 1442 H

PERNYATAAN SURAT KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Almuna
NIM : 170101050178
Tempat/Tgl. Lahir : Muara Teweh/ 01 Maret 1999
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 5 Maret 2021

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan

Almuna



PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di CV. Trio Motor Muara Teweh.

Ditulis oleh : Almuna
N I M : 170101050178
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022
Tempat dan tanggal lahir : Muara Teweh, 01 Maret 1999
Alamat : Jl. Sengaji Hulu, Gg. Anugerah, Kel. Melayu, Kec. Teweh Tengah, Kab. Barito Utara.

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antsari Banjarmasin.

Banjarmasin, 25 Maret 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antsari Banjarmasin,

Pembimbing I



A handwritten signature in blue ink, which appears to be "Annisa Sayyid".

Annisa Sayyid, S.H.I, M.S.I.
NIP. 198305262011012007

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di CV. Trio Motor Muara Teweh" ditulis oleh Almuna, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 02 Juli 2021

Dinyatakan LULUS dengan predikat : A (85,3)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI
NIP. 1960060919880310003

Tim Penguji	
Nama	Tanda Tangan
1. Dra. Hj. Faridah, M.H.I.	
(Ketua)	
2. Hariyanto, S.E., M.M.	
(Anggota)	
3. Annisa Sayyid, S.H.I, M.S.I.	
(Anggota)	
4. Elida Mahriani, S.E., I.,M.M.	
(Anggota)	

ABSTRAK

Almuna. 2021. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di CV. Trio Motor Muara Teweh.* Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: (I) AnnisaSayyid, S.H.I, M.S.I.,

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Desain, Harga, Keputusan Pembelian

Penelitian dilatarbelakangi oleh perkembangan transportasi seperti sepeda motor dari Honda yang digunakan masyarakat Muara Teweh sebagai sarana penunjang. Meskipun masih banyak produk lain yang dijadikan sarana penunjang. Tujuan penelitian untuk mengetahui apakah variabel citra merek, kualitas produk, desain dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di CV.Trio Motor Muara Teweh.

Penelitian ini ialah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel 100 orang yang diperoleh menggunakan rumus solvin.

Hasil uji secara parsial variabel kualitas produk, desain dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel citra merek tidak berpengaruh. Maka hasil variabel kualitas produk $T_{hitung} 2,822 > T_{tabel} 1,985$, dengan $sig 0,006 < 0,05$, variabel desain $T_{hitung} 3,358 > T_{tabel} 1,985$, dengan $sig 0,001 < 0,05$, variabel harga $T_{hitung} 3,438 > T_{tabel} 1,985$, dengan $sig 0,001 < 0,05$. Dan variabel citra merek $T_{hitung} 0,030 < T_{tabel} 1,985$, dengan $sig 0,976 > 0,05$. Secara simultan seluruh variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dimana nilai $F_{hitung} 70,331 > F_{tabel} 2,47$ dengan $sig 0,000 < 0,05$.

MOTTO

“Dan janganlah kamu (merasa) lemah, dan jangan (pula) bersedih hati, sebab kamu paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang yang beriman”

Q.S Ali-Imran: 139

“Barangsiapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga”

HR. Muslim

“Bukanlah ilmu yang semestinya mendatangimu, tetapi kamulah yang seharusnya mendatangi ilmu itu”

Imam Malik

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur atas limpahan rahmat serta karunia kepada Allah SWT. yang memberikan kemudahan dan kelancaran sepanjang penulisan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Besar kita Nabi Muhammad SAW. yang telah menuntun saya hingga saat ini.

Kupersembahkan dengan segenap rasa cinta, sayang serta doa

Karya yang sederhana ini untuk:

*Ayah (Alm. Sadikin) dan Ibuku(Hartati) yang sangat aku cintai dan sayangi.
Kakakku (Ahmad Rijali), adik-adikku (Noor Hafizah dan Abdul Rahman), dan
Semua Keluarga Besarku.*

Terimakasih banyak atas segala doa yang selalu kalian panjatkan, semangat dan dukungan yang tidak habis-habisnya serta kasih sayang yang tulus tanpa ternilai harganya.

Seluruh Dosen UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bimbingan dan ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat serta yang selalu memberikan dukungandalam penelitian ini.

Dan kepada sahabat dan teman-teman ku semua yang selalu ada dari awalku membuat judul, pengerjaan skripsi, melakukan riset penlitian hingga selesainya skripsi ini. Kalian selalu memberikan semangat, dukungan dan menemaniku dalam suka duka pembuatan skripsi ini. Terimakasih banyak untuk kalian semua, semoga Allah membalas semua kebaikan kalian.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	s\{a'	s\	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	h\{a'	h\}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	z\{al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	s\}ad	s\}	es (dengan titik di bawah)
ض	d\}ad\}	d\}	de (dengan titik di bawah)
ط	t\}a'	t\}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z\}a'	z\}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi

ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	'el
م	mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبر	Ditulis	<i>Mutakabbir</i>
القدوس	Ditulis	<i>al-qudu>s</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	<i>ja>mi'ah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>Maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	Ditulis	<i>al-maktabah al-jami>lah</i>
-----------------	---------	-----------------------------------

IV. Vokal pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I

ُ	Dammah	Ditulis	U
شكر	Fathah	Ditulis	Syakara
قرأ	Kasrah	Ditulis	quri'a
ينطق	Dammah	Ditulis	yant }iqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	Ditulis Ditulis	<i>a></i> <i>ka>milah</i>
2	fathah + ya mati صلى	Ditulis Ditulis	<i>a></i> <i>s}alla></i>
3	kasrah + ya mati شديد	Ditulis Ditulis	<i>i></i> <i>syadi>d</i>
4	dammah + wawu mati صدر	Ditulis Ditulis	<i>u></i> <i>s}udu>r</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	Ditulis Ditulis	Ai <i>Ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati و فرعون ذي الأوتاد	Ditulis Ditulis	Au <i>wa fir'auna z}i al-auta>d</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم أشد خلقا	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
---------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'a>n</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kita>b</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan *diidgamkan*

الصبح	Ditulis	<i>as}-s}ubh}u</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-sa>hirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	<i>birru al-wa>lidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>Iz\ a asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di CV. Trio Motor Muara Teweh”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar starta satu Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagiannya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Rohana Faridah, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Annisa Sayyid, S.H.I, M.S.I., selaku Dosen Penasehat Akademik sekaligus Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dari ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Amin

Banjarmasin,08 Januari 2021

Penulis



Almuna

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Definisi Operasional	10
F. Kerangka Pemikiran	12
G. Hipotesis Penelitian	13
H. Penelitian Terdahulu	15
I. Sistematika Pembahasan	17
BAB II CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DESAIN, HARGA, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN	
A. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	19
1. Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	19
2. Unsur Merek	21
3. Jenis Merek.....	21
4. Ciri-ciri Merek yang Baik	22

5. Citra Merek dalam Pandangan Islam	23
B. Kualitas Produk	24
1. Pengertian Kualitas Produk	24
2. Klasifikasi Produk.....	25
3. Dimensi Kualitas Produk.....	25
4. Kualitas Produk dalam Pandangan Islam	28
C. Desain	29
1. Pengertian Desain Produk	29
2. Dimensi Desain Produk	31
3. Desain Produk dalam Pandangan Islam	32
D. Harga	33
1. Pengertian Harga.....	33
2. Menetapkan Harga Produk.....	34
3. Harga dalam Pandangan Islam	37
E. Keputusan Pembelian	39
1. Pengertian Keputusan Pembelian	39
2. Peran dalam Keputusan Pembelian	41
3. Keputusan Pembelian dalam Pandangan Islam	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	46
B. Lokasi Penelitian	47
C. Populasi dan Sampel Penelitian	47
D. Data dan Sumber Data	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50
F. Desain Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	50
G. Teknik Analisis Data	53
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	53
2. Uji Asumsi Klasik	56
3. Analisis Regresi Linear Berganda	58

BAB IV LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Data Penelitian	62
1. Sejarah Singkat Honda	62
2. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	64
3. Karakteristik Responden	67
B. Pengujian Hipotesis	71
1. Indikator Citra Merek	71
2. Indikator Kualitas Produk	80
3. Indikator Desain	89
4. Indikator Harga.....	97

5. Indikator Keputusan Pembelian	106
6. Uji Validitas dan Reliabilitas	116
7. Uji Asumsi Klasik	124
8. Analisis Regresi Linear Berganda	130
C. Analisis Data	135
1. Pengaruh Secara Parsial Citra Merek, Kualitas Produk ,Desain Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di CV. Trio Motor Muara Teweh	135
2. Pengaruh Secara Simultan Citra Merek, Kualitas Produk ,Desain Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di CV. Trio Motor Muara Teweh	142
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	148
B. Saran	149
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN-LAMPIRAN	159
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Sepeda Motor Tahun 2018-2019	3
Tabel 3.1	Instrumen Penelitian	51
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usai	68
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Merek Motor Yang Dipakai	70
Tabel 4.5	Jawaban Responden Berdasarkan Nama Baik	71
Tabel 4.6	Jawaban Responden Berdasarkan Pengenalan 1	73
Tabel 4.7	Jawaban Responden Berdasarkan Pengenalan 2	74
Tabel 4.8	Jawaban Responden Berdasarkan Hubungan Emosional	75
Tabel 4.9	Jawaban Responden Berdasarkan Loyalitas Merek	76
Tabel 4.10	Jawaban Responden Berdasarkan Keunikan	77
Tabel 4.11	Jawaban Responden Berdasarkan Kekuatan	78
Tabel 4.12	Jawaban Responden Berdasarkan Keunggulan	79
Tabel 4.13	Jawaban Responden Berdasarkan Kinerja (1)	80
Tabel 4.14	Jawaban Responden Berdasarkan Kinerja (2)	81
Tabel 4.15	Jawaban Responden Berdasarkan Keragaman Produk	82
Tabel 4.16	Jawaban Responden Berdasarkan Daya Tahan/Ketahanan ..	83
Tabel 4.17	Jawaban Responden Berdasarkan Keandalan	84
Tabel 4.18	Jawaban Responden Berdasarkan Estetika	86
Tabel 4.19	Jawaban Responden Berdasarkan Kualitas Yang Dipersepsikan	87
Tabel 4.20	Jawaban Responden Berdasarkan Kesesuaian	88
Tabel 4.21	Jawaban Responden Berdasarkan Model Terbaru	89
Tabel 4.22	Jawaban Responden Berdasarkan Variasi Desain (1)	90
Tabel 4.23	Jawaban Responden Berdasarkan Variasi Desain (2)	91
Tabel 4.24	Jawaban Responden Berdasarkan Desain Mengikuti Tren (1)	92
Tabel 4.25	Jawaban Responden Berdasarkan Desain Mengikuti Tren (2)	93
Tabel 4.26	Jawaban Responden Berdasarkan Desain Mengikuti Tren (3)	94
Tabel 4.27	Jawaban Responden Berdasarkan Kemudahan Perbaikan (1)	95
Tabel 4.28	Jawaban Responden Berdasarkan Kemudahan Perbaikan (2)	96
Tabel 4.29	Jawaban Responden Berdasarkan Harga Terjangkau (1)	97
Tabel 4.30	Jawaban Responden Berdasarkan Harga Terjangkau (2)	98
Tabel 4.31	Jawaban Responden Berdasarkan Harga Bersaing	100
Tabel 4.32	Jawaban Responden Berdasarkan Harga Sesuai Kualitas	101
Tabel 4.33	Jawaban Responden Berdasarkan Harga Sesuai Manfaat (1)	102
Tabel 4.34	Jawaban Responden Berdasarkan Harga Sesuai	

	Manfaat (2)	103
Tabel 4.35	Jawaban Responden Berdasarkan Daya Beli	104
Tabel 4.36	Jawaban Responden Berdasarkan Persepsikan Harga Tehadap Produk Lain	105
Tabel 4.37	Jawaban Responden Berdasarkan Kebutuhan	106
Tabel 4.38	Jawaban Responden Berdasarkan Kepuasan (1)	107
Tabel 4.39	Jawaban Responden Berdasarkan Kepuasan (2)	108
Tabel 4.40	Jawaban Responden Berdasarkan Sikap Oranglain	110
Tabel 4.41	Jawaban Responden Berdasarkan Manfaat (1)	111
Tabel 4.42	Jawaban Responden Berdasarkan Manfaat (2)	112
Tabel 4.43	Jawaban Responden Berdasarkan Publik (1)	113
Tabel 4.44	Jawaban Responden Berdasarkan Publik (2)	114
Tabel 4.45	Jawaban Responden Berdasarkan Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	117
Tabel 4.46	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	118
Tabel 4.47	Hasil Uji Validitas Variabel Desain	119
Tabel 4.48	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	120
Tabel 4.49	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	121
Tabel 4.50	Hasil Uji Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	122
Tabel 4.51	Hasil Uji Reliabilitasvariabel Kualitas Produk	123
Tabel 4.52	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Desain	123
Tabel 4.53	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga	123
Tabel 4.54	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	124
Tabel 4.55	Hail Uji Normalitas	125
Tabel 4.56	Hasil Uji Multikolinieritas	126
Tabel 4.57	Hasil Uji Autokorelasi	128
Tabel 4.58	Hasil Uji Heteroskedastisitas	129
Tabel 4.59	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	131
Tabel 4.60	Hasil Uji T (Parsial)	134
Tabel 4.61	Hasil Uji F (Simultan)	136
Tabel 4.62	Hasil Koefesien Determinasi (R^2)	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran	12
Gambar 4.1	CV. Trio Motor Honda Muara Teweh	67