

BAB III

DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Identitas Proyek



Gambar 3.1. Sumber: anakelangharley.com

Harley-Davidson adalah perusahaan sepeda motor Amerika yang didirikan pada tahun 1903 oleh William S. Harley dan tiga saudaranya, Arthur, Walter, dan William A. Davidson. Pada awalnya, perusahaan hanya memproduksi mesin sepeda motor yang kecil, tetapi segera mulai membuat sepeda motor lengkap. Pada tahun 1907, Harley-Davidson menjadi perusahaan besar pertama di dunia yang memproduksi sepeda motor dalam jumlah besar.

Saat ini, Harley-Davidson diakui sebagai salah satu merek sepeda motor terkenal di dunia, dengan komunitas penggemar yang loyal dan kuat. Perusahaan terus mengembangkan produknya dan memperluas jangkauannya ke pasar baru, sambil menjaga komitmen terhadap warisan dan tradisi yang kuat.

3.1.1 Visi Harley-Davidson

Visi perusahaan Harley-Davidson adalah untuk menjadi perusahaan sepeda motor terkemuka di dunia, dengan komunitas penggemar yang loyal dan kuat. Mereka ingin menjadi pemimpin pasar dalam desain, teknologi, dan inovasi produk, serta memberikan pengalaman yang memuaskan bagi konsumen dan pelanggan. Harley-Davidson juga ingin terus menjaga warisan dan tradisi yang kuat dari merek mereka, serta memberikan dukungan yang

konsisten kepada komunitas penggemar dan klub sepeda motor.

3.1.2 Misi Harley-Davidson

Untuk mencapai visinya Harley-Davidson memiliki misi untuk menyediakan pengalaman berkendara yang luar biasa bagi konsumen dan pelanggan, sambil menjaga warisan dan tradisi yang kuat dari *brand*. Mereka ingin menciptakan produk yang inovatif dan berkualitas tinggi, serta memberikan dukungan yang konsisten kepada komunitas penggemar dan klub sepeda motor. Mereka juga ingin menjadi perusahaan yang bertanggung jawab sosial dan lingkungan, serta meningkatkan pengalaman berkendara bagi generasi mendatang.

3.1.3 Lokasi Perancangan



Gambar 3.2. Sumber: google.com/maps

Rencana lokasi perancangan resto dan bar Harley Davidson ini akan diletakkan di Jl. Jenderal Sudirman No.Kav 52-53, RT.5/RW.1, Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Alasan perancangan resto dan bar ini terletak di area ini karena daerah ini merupakan daerah yang strategis dan dari segi wilayah, area ini memiliki demografi yang bagus. Karena lokasi tersebut berada di *Sudirman Central Business District*, lokasi yang memiliki potensi besar untuk menjadi ramai karena dikelilingi oleh kantor-kantor besar dan unit bisnis yang lain. Selain itu, area ini mudah diakses oleh masyarakat Jakarta yang lain maupun masyarakat yang berada di sekitaran Jakarta.

3.2 Hasil Observasi

3.2.1 Data Survey

Dalam perancangan ini telah dilakukan survey lapangan dan observasi daring di 3 lokasi resto dan bar, antara lain:

3.2.1.1 Harley-Davidson Cafe, Las Vegas



Gambar 3.3. Sumber: ride-ct.com

Harley-Davidson Cafe adalah sebuah restoran *BBQ n Grill* yang berada di area THE LINQ di Las Vegas. Cafe ini menyuguhkan pengalaman yang unik dengan mengusung tema Harley-Davidson yang sangat kental, dapat dilihat dari gambar diatas cafe tersebut memajang sebuah patung motor Harley-Davidson besar yang seolah-olah keluar dari dalam bangunan cafe tersebut, serta menggunakan *signage* lampu khas Las Vegas berwarna merah, oranye, dan kuning.



Gambar 3.4. Sumber: usmenuguide.com

Beralih ke bagian interior Harley-Davidson Cafe, dapat dilihat dari gambar yang ada di atas kesan pertama yang didapat oleh pengunjung adalah sangat maskulin, *rough*, dan sangat Amerika. Seating yang digunakan adalah seating empat orang dengan satu meja

persegi, material yang digunakan pada furniture adalah kayu dan besi untuk memberi kesan industrial dan *rough* yang sangat melekat dengan identitas Harley-Davidson. Kemudian dapat dilihat cafe ini menggunakan ornamen tembok berupa rantai yang digantung kemudian di cat sehingga terlihat seperti bendera Amerika Serikat.



Gambar 3.5. Sumber: pinterest.com/beckybooo9/

Pada bagian ceiling Harley-Davidson Cafe, dapat dilihat dari gambar di atas bahwa ceiling nya cukup standar tanpa ada permainan material khusus namun terdapat ornamen-ornamen yang digantung dari ceiling seperti gear motor dan memorabilia seperti motor Harley-Davidson keluaran tahun 1960-an. Kemudian dari pencahayaan yang digunakan adalah kebanyakan pencahayaan dengan warna warm untuk memberikan kesan lebih hangat pada restoran karena banyak material yang menggunakan besi yang cenderung memberi kesan dingin serta membuat presentasi makanan menjadi lebih bagus.

3.2.1.2. Motor Bar Restaurant, Harley-Davidson Museum, Milwaukee



Gambar 3.6. Sumber: tripadvisor.com

Motor Bar Restaurant adalah sebuah restoran barbecue dan grill yang berada di dalam museum terbesar Harley-Davidson di Milwaukee. Berbeda dengan Harley-Davidson Cafe di Las Vegas, restoran ini tidak memiliki fasad yang terlihat jelas bahwa mereka adalah restoran yang bertema Harley-Davidson. Dapat dilihat dari gambar di atas, restoran ini tampak lebih modern dibandingkan Harley-Davidson Cafe Las Vegas, seating yang digunakan adalah seating empat orang dan seating dua orang. Material yang digunakan pada furniture juga masih menggunakan kayu dan besi sebagai bahan utamanya untuk menonjolkan kesan industrial dan maskulin.



Gambar 3.7. Sumber: visitmilwaukee.org

Untuk pemilihan warna restoran ini terlihat lebih sederhana karena hanya menggunakan warna hitam, oranye, dan silver. Selebihnya hanya menggunakan tekstur kayu dan besi. Dari segi ornamen yang ditampilkan di restoran ini juga tidak se-vulgar HD Cafe

di Las Vegas, seperti yang terlihat di gambar atas restoran hanya menaruh satu rangka prototype motor Harley-Davidson di belakang bar counter nya.



Gambar 3.8. Sumber: travelwisconsin.com

Dari ceiling juga dapat dilihat lebih sederhana dibandingkan Harley-Davidson Cafe Las Vegas karena tidak ada ornamen-ornamen yang digantung. Dari segi pencahayaan nya kurang lebih sama seperti HD Cafe, restoran ini menggunakan pencahayaan yang warm atau hangat untuk menyeimbangi material besi yang memiliki kesan dingin serta untuk membuat presentasi makanan menjadi lebih menarik.

3.3 Hasil Kuesioner

Berdasarkan kuesioner yang sudah disebar secara daring melalui tautan <https://forms.gle/FBwTSUP9ccArKMGPA> berikut adalah grafik hasilnya:

3.3.1. Tabel Sederhana

Range Umur	Responden	Presentase
17 - 21	8	7.90%
22 - 30 tahun	59	57.80%
31 - 40 tahun	23	22.50%
41 - 50	12	11.80%
>50	0	0.00%
Total	102	100.00%

Jenis Kelamin	Responden	Presentase
Pria	80	78.40%
Wanita	22	21.60%
Total	102	100.00%

Pekerjaan	Responden	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	5	4.80%
Pegawai negeri/swasta	41	37.30%
Pengusaha	37	36.30%
Self-employed/freelance	24	21.60%
Pensiunan	0	0.00%
Total	102	100.00%

Range Penghasilan	Responden	Presentase
Rp5.000.000 - Rp15.000.000	57	55.90%
Rp16.000.000 - Rp25.000.000	31	30.40%
Rp16.000.000 - Rp25.000.000	14	13.70%
Rp36.000.000 - Rp45.000.000	0	0.00%
>Rp45.000.000	0	0.00%
Total	102	100.00%

Dalam kurun waktu 1 bulan, seberapa lama waktu yang anda habiskan dalam mengunjungi restoran dan bar?	Responden	Presentase
0 - 4 jam	1	1.00%
5 - 10 jam	0	0.00%
11 - 16 jam	13	12.70%
>16 jam	88	86.30%
Total	102	100.00%

Dalam kurun waktu 1 tahun, seberapa sering anda mengunjungi sebuah acara hiburan (band gigs, live music, comedy show) yang diselenggarakan didalam sebuah restoran dan bar?	Responden	Presentase
0 - 3 kali	1	1.00%
4 - 8 kali	0	0.00%
9 - 12 kali	12	11.80%
>12 kali	89	87.20%
Total	102	100.00%

Seberapa dalam anda mengenal brand Harley-Davidson?	Responden	Presentase
Saya tidak tahu brand Harley-Davidson	0	0.00%
Saya tahu brand Harley-Davidson, tetapi tidak begitu tertarik	25	24.50%
Saya menyukai brand Harley-Davidson, tetapi tidak memiliki motor atau merchandise nya	51	50.00%
Saya hanya memiliki dan menyukai merchandise Harley-Davidson	15	14.70%
Saya memiliki motor Harley-Davidson	11	10.80%
Total	102	100.00%

Darimana anda pertama kali mendengar brand Harley-Davidson?	Responden	Presentase
Dari keluarga dan kerabat	30	29.40%
Dari iklan dan marketing	9	8.80%
Dari acara otomotif	30	29.40%
Dari social media	33	32.40%
Total	102	100.00%

Apa yang ada di pikiran anda saat mendengar brand Harley-Davidson?	Responden	Presentase
Freedom/ Kebebasan	26	25.50%
Adventure/ Petualangan	26	25.50%
Rebellion/ Pementangan	20	19.60%
Brotherhood/ Persaudaraan	37	36.30%
Pride/ Kebanggaan	36	35.30%
Total	145	142.20%
Menurut anda tahu, dalam rangka menjaga loyalti brand terhadap customer, usaha apa yang sudah dilakukan Harley-Davidson untuk terhubung dengan customer dan komunitasnya?	Responden	Presentase
Mengadakan acara-acara dan riding events	21	20.60%
Berinteraksi dengan pengikutnya di social media	18	17.60%
Menawarkan exclusive membership atau hadiah untuk customer loyal	28	27.50%
Berkolaborasi dengan club-club motor Harley-Davidson	22	21.60%
Menyediakan tempat berkumpul untuk sesama pecinta motor Harley-Davidson	13	12.70%
Total	102	100.00%
Seberapa pentingkah loyalitas brand dalam hubungan anda dengan brand Harley-Davidson? Apa yang membuat anda tetap setia dan tertarik pada brand ini?	Responden	Presentase
Sangat penting. Saya menganggap diri saya sebagai penggemar setia Harley Davidson dan memprioritaskan produk dan layanan mereka	12	11.80%
Lumayan penting. Meskipun saya menghargai brand tersebut, ketertarikan saya mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain	23	22.60%
Netral. Loyalitas brand bukan merupakan faktor penting dalam keputusan membeli saya	20	19.60%
Tidak terlalu penting. Saya mungkin mempertimbangkan brand sepeda motor lain berdasarkan kepraktisan atau biayanya	29	28.40%
Tidak penting. Saya terbuka untuk menjelajahi berbagai brand sepeda motor tanpa kesetiaan tertentu	18	17.60%
Total	102	100.00%
Jika Harley-Davidson membuat sebuah restoran dan bar, apa alasan utama anda untuk mengunjungi tempat tersebut?	Responden	Presentase
Untuk merasakan ambience kuat dari warisan Harley-Davidson	16	15.70%
Untuk menikmati hidangan-hidangan yang berkaitan dengan Harley-Davidson	26	25.50%
Untuk bersosialisasi dan terhubung dengan sesama pecinta motor Harley-Davidson	26	25.50%
Untuk merayakan acara khusus	23	22.50%
Untuk mengetahui lebih dalam tentang brand dan komunitas dari Harley-Davidson	11	10.80%
Total	102	100.00%
Jenis hiburan apa yang membuat anda ingin berkunjung ke resto dan bar Harley-Davidson?	Responden	Presentase
Live music performance	31	30.40%
Motorcycle event	43	42.20%
Comedy night	27	26.50%
Themed party (Halloween d.l.l.)	22	21.60%
Total	123	120.70%

3.3.2. Tabel Kompleks

TABEL KOMPLEKS 1 (Pertanyaan 1 - Pertanyaan 2)		Pertanyaan 2				TOTAL
Pertanyaan 1	Jawaban	0 - 3 kali	4 - 8 kali	9 - 12 kali	>12 kali	
Dalam kurun waktu 1 bulan, seberapa lama waktu yang anda habiskan dalam mengunjungi restoran dan bar?	0 - 4 jam	1	0	0	0	1
	5 - 10 jam	0	0	0	0	0
	11 - 16 jam	0	0	11	2	13
	>16 jam	0	0	1	87	88
TOTAL		1	0	12	89	102

TABEL KOMPLEKS 1.1 (Pertanyaan 1 - Pertanyaan 2)		Pertanyaan 2				TOTAL
Pertanyaan 1	Jawaban	0 - 3 kali	4 - 8 kali	9 - 12 kali	>12 kali	
Dalam kurun waktu 1 bulan, seberapa lama waktu yang anda habiskan dalam mengunjungi restoran dan bar?	0 - 4 jam	1%	0%	0%	0%	1%
	5 - 10 jam	0%	0%	0%	0%	0%
	11 - 16 jam	0%	0%	11%	2%	13%
	>16 jam	0%	0%	1%	85%	86%
TOTAL		1%	0%	12%	87%	100%

TABEL KOMPLEKS 1.2 (Pertanyaan 1 - Pertanyaan 2) Vertical		Pertanyaan 2			
Pertanyaan 1	Jawaban	0 - 3 kali	4 - 8 kali	0	>12 kali
Dalam kurun waktu 1 bulan, seberapa lama waktu yang anda habiskan dalam mengunjungi restoran dan bar?	0 - 4 jam	100%	0%	0%	0%
	5 - 10 jam	0%	0%	0%	0%
	11 - 16 jam	0%	0%	92%	2%
	>16 jam	0%	0%	8%	98%
TOTAL		100%	0%	100%	100%

TABEL KOMPLEKS 1.3 (Pertanyaan 1 - Pertanyaan 2) Horizontal		Pertanyaan 2				TOTAL
Pertanyaan 1	Jawaban	0 - 3 kali	4 - 8 kali	0	>12 kali	
Dalam kurun waktu 1 bulan, seberapa lama waktu yang anda habiskan dalam mengunjungi restoran dan bar?	0 - 4 jam	100%	0%	0%	0%	100%
	5 - 10 jam	0%	0%	0%	0%	0%
	11 - 16 jam	0%	0%	85%	15%	100%
	>16 jam	0%	0%	1%	99%	100%

TABEL KOMPLEKS 2 (Pertanyaan 3 - Pertanyaan 4)		Pertanyaan 4 Darimana anda pertama kali mendengar brand Harley-Davidson?				TOTAL
Pertanyaan 3	Jawaban	Dari keluarga dan kerabat	Dari iklan dan marketing	Dari acara otomotif	Dari social media	
Seberapa dalam anda mengenal brand Harley-Davidson?	Saya tidak tahu brand Harley-Davidson	0	0	0	0	0
	Saya tahu brand Harley-Davidson, tetapi tidak begitu tertarik	3	3	4	15	25
	Saya menyukai brand Harley-Davidson, tetapi tidak memiliki motor atau merchandise nya	16	5	16	14	51
	Saya hanya memiliki dan menyukai merchandise Harley-Davidson	3	1	8	3	15
	Saya memiliki motor Harley-Davidson	9	0	2	0	11
TOTAL		31	9	30	32	102

TABEL KOMPLEKS 2.1 (Pertanyaan 3 - Pertanyaan 4)		Pertanyaan 4 Darimana anda pertama kali mendengar brand Harley-Davidson?				TOTAL
Pertanyaan 3	Jawaban	Dari keluarga dan kerabat	Dari iklan dan marketing	Dari acara otomotif	Dari social media	
Seberapa dalam anda mengenal brand Harley-Davidson?	Saya tidak tahu brand Harley-Davidson	0%	0%	0%	0%	0%
	Saya tahu brand Harley-Davidson, tetapi tidak begitu tertarik	3%	3%	4%	15%	25%
	Saya menyukai brand Harley-Davidson, tetapi tidak memiliki motor atau merchandise nya	16%	5%	16%	14%	51%
	Saya hanya memiliki dan menyukai merchandise Harley-Davidson	3%	1%	7%	3%	14%
	Saya memiliki motor Harley-Davidson	8%	0%	2%	0%	10%
TOTAL		30%	9%	29%	32%	100%

TABEL KOMPLEKS 2.2 (Pertanyaan 3 - Pertanyaan 4) Vertical		Pertanyaan 4			
		Darimana anda pertama kali mendengar brand Harley-Davidson?			
Pertanyaan 3	Jawaban	Dari keluarga dan kerabat	Dari iklan dan marketing	Dari acara otomotif	Dari social media
Seberapa dalam anda mengenal brand Harley-Davidson?	Saya tidak tahu brand Harley-Davidson	0%	0%	0%	0%
	Saya tahu brand Harley-Davidson, tetapi tidak begitu tertarik	10%	33%	14%	47%
	Saya menyukai brand Harley-Davidson, tetapi tidak memiliki motor atau merchandise nya	53%	56%	55%	44%
	Saya hanya memiliki dan menyukai merchandise Harley-Davidson	10%	11%	24%	9%
	Saya memiliki motor Harley-Davidson	27%	0%	7%	0%
TOTAL		100%	100%	100%	100%

TABEL KOMPLEKS 2.3 (Pertanyaan 3 - Pertanyaan 4) Horizontal		Pertanyaan 4				TOTAL
		Darimana anda pertama kali mendengar brand Harley-Davidson?				
Pertanyaan 3	Jawaban	Dari keluarga dan kerabat	Dari iklan dan marketing	Dari acara otomotif	Dari social media	
Seberapa dalam anda mengenal brand Harley-Davidson?	Saya tidak tahu brand Harley-Davidson	0%	0%	0%	0%	0%
	Saya tahu brand Harley-Davidson, tetapi tidak begitu tertarik	12%	12%	16%	60%	100%
	Saya menyukai brand Harley-Davidson, tetapi tidak memiliki motor atau merchandise nya	31%	10%	31%	28%	100%
	Saya hanya memiliki dan menyukai merchandise Harley-Davidson	22%	7%	50%	21%	100%
	Saya memiliki motor Harley-Davidson	80%	0%	20%	0%	100%

TABEL KOMPLEKS 3.1 (Pertanyaan 7 - Pertanyaan 8)		Pertanyaan 8 Seberapa pentingkah loyalitas brand dalam hubungan anda dengan brand Harley-Davidson? Apa yang membuat anda tetap setia dan terikat pada brand ini?						TOTAL
Pertanyaan 7	Jawaban	Sangat penting. Saya menganggap diri saya sebagai penggemar setia Harley-Davidson dan memprioritaskan produk dan layanan mereka.	Lumayan penting. Meskipun saya menghargai brand tersebut, ketertarikan saya mungkin juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.	Netral. Loyalitas brand bukan merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian saya.	Tidak terlalu penting. Saya mungkin mempertimbangkan brand sepeda motor lain berdasarkan kepraktisan atau biayanya.	Tidak penting. Saya terbuka untuk menjelajahi berbagai brand sepeda motor tanpa kesetiaan tertentu.		
Menurut yang anda tahu, dalam rangka menjaga loyaliti brand terhadap customer, usaha apa yang sudah dilakukan Harley-Davidson untuk terhubung dengan customer dan komunitasnya?	Mengadakan acara-acara dan riding events	1%	2%	8%	5%	6%	22%	
	Berinteraksi dengan pengikutnya di social media	2%	2%	3%	6%	3%	16%	
	Menawarkan exclusive membership atau hadiah untuk customer loyal	5%	8%	5%	6%	3%	28%	
	Berkolaborasi dengan club-club motor Harley-Davidson	2%	5%	4%	7%	3%	21%	
	Menyediakan tempat berkumpul untuk sesama pecinta motor Harley-Davidson	1%	6%	0%	2%	4%	13%	
TOTAL		12%	23%	20%	28%	19%	100%	

TABEL KOMPLEKS 3.1 (Pertanyaan 7 - Pertanyaan 8)		Pertanyaan 8 Seberapa pentingkah loyalitas brand dalam hubungan anda dengan brand Harley-Davidson? Apa yang membuat anda tetap setia dan terikat pada brand ini?						TOTAL
Pertanyaan 7	Jawaban	Sangat penting. Saya menganggap diri saya sebagai penggemar setia Harley-Davidson dan memprioritaskan produk dan layanan mereka.	Lumayan penting. Meskipun saya menghargai brand tersebut, ketertarikan saya mungkin juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.	Netral. Loyalitas brand bukan merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian saya.	Tidak terlalu penting. Saya mungkin mempertimbangkan brand sepeda motor lain berdasarkan kepraktisan atau biayanya.	Tidak penting. Saya terbuka untuk menjelajahi berbagai brand sepeda motor tanpa kesetiaan tertentu.		
Menurut yang anda tahu, dalam rangka menjaga loyaliti brand terhadap customer, usaha apa yang sudah dilakukan Harley-Davidson untuk terhubung dengan customer dan komunitasnya?	Mengadakan acara-acara dan riding events	1%	2%	8%	5%	6%	22%	
	Berinteraksi dengan pengikutnya di social media	2%	2%	3%	6%	3%	16%	
	Menawarkan exclusive membership atau hadiah untuk customer loyal	6%	8%	5%	6%	3%	28%	
	Berkolaborasi dengan club-club motor Harley-Davidson	2%	5%	4%	7%	3%	21%	
	Menyediakan tempat berkumpul untuk sesama pecinta motor Harley-Davidson	1%	6%	0%	2%	4%	13%	
TOTAL		12%	23%	20%	28%	19%	100%	

TABEL KOMPLEKS 3.2 (Pertanyaan 7 - Pertanyaan 8) Vertical		Pertanyaan 8 Seberapa pentingkah loyalitas brand dalam hubungan anda dengan brand Harley-Davidson? Apa yang membuat anda tetap setia dan terikat pada brand ini?						
Pertanyaan 7	Jawaban	Sangat penting. Saya menganggap diri saya sebagai penggemar setia Harley-Davidson dan memprioritaskan produk dan layanan mereka.	Lumayan penting. Meskipun saya menghargai brand tersebut, ketertarikan saya mungkin juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.	Netral. Loyalitas brand bukan merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian saya.	Tidak terlalu penting. Saya mungkin mempertimbangkan brand sepeda motor lain berdasarkan kepraktisan atau biayanya.	Tidak penting. Saya terbuka untuk menjelajahi berbagai brand sepeda motor tanpa kesetiaan tertentu.		
Menurut yang anda tahu, dalam rangka menjaga loyaliti brand terhadap customer, usaha apa yang sudah dilakukan Harley-Davidson untuk terhubung dengan customer dan komunitasnya?	Mengadakan acara-acara dan riding events	8%	9%	40%	17%	32%		
	Berinteraksi dengan pengikutnya di social media	17%	9%	15%	23%	16%		
	Menawarkan exclusive membership atau hadiah untuk customer loyal	50%	35%	25%	23%	16%		
	Berkolaborasi dengan club-club motor Harley-Davidson	17%	22%	20%	31%	16%		
	Menyediakan tempat berkumpul untuk sesama pecinta motor Harley-Davidson	8%	25%	0%	6%	20%		
TOTAL		100%	100%	100%	100%	100%	100%	

TABEL KOMPLEKS 3.3 (Pertanyaan 7 - Pertanyaan 8) Horizontal		Pertanyaan 8						TOTAL
Pertanyaan 7	Jawaban	Seberapa pentingkah loyalitas brand dalam hubungan anda dengan brand Harley-Davidson? Apa yang membuat anda tetap setia dan tertarik pada brand ini?						
Menurut yang anda tahu, dalam rangka menjaga loyaliti brand terhadap customer, usaha apa yang sudah dilakukan Harley-Davidson untuk terhubung dengan customer dan komunitasnya?	Sangat penting. Saya menganggap diri saya sebagai penggemar setia Harley-Davidson dan memprioritaskan produk dan layanan mereka.	4%	9%	37%	23%	27%	100%	
	Mengadakan acara-acara dan riding events	13%	13%	19%	36%	19%	100%	
	Berinteraksi dengan pengikutnya di social media	21%	29%	18%	21%	11%	100%	
	Menawarkan exclusive membership atau hadiah untuk customer loyal	10%	24%	19%	33%	14%	100%	
	Berkolaborasi dengan club-club motor Harley-Davidson	8%	46%	0	15%	31%	100%	