

BAB VI

ANALISIS DATA

Untuk mengetahui sikap konsumen toko Bimbo Delanggu terhadap atribut-atribut harga, produk, pelayanan serta promosi akan dilakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh dari responden. Tahap-tahap dalam melakukan analisis adalah sebagai berikut:

1. Analisis item pertanyaan, dengan analisis validitas dan reliabilitas.
2. Analisis chi-square, untuk membuktikan ada atau tidaknya perbedaan sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang ada ditinjau dari karakteristik responden.
3. Analisis indeks sikap untuk mengetahui atribut yang paling dominan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam berbelanja.

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran itu mengukur apa yang ingin diukur. Ketika metode angket digunakan dalam metode pengumpulan data penelitian, maka angket kuesioner yang disusun harus dapat mengukur apa yang ingin diukur. Alat pengumpul data yang dipakai, dalam hal ini adalah kuesioner dimana harus memiliki tingkat validitas yang tinggi sehingga data yang terkumpul benar-benar menggambarkan fenomena yang ingin diukur.

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konstan apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih.

Agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, maka informasi mengenai validitas dan reliabilitas alat pengukur haruslah disajikan. Berikut adalah hasil perhitungannya.

a. Uji Validitas Angket Pertanyaan Variabel Harga

Validitas angket pertanyaan untuk variabel harga dilakukan dengan menghitung korelasi harga antara masing-masing item pertanyaan dengan skor yang mewakili variabel harga tersebut. Teknik korelasi yang digunakan pada penelitian ini adalah korelasi *product moment Pearson* karena data pada penelitian ini bersifat kuantitatif dan berskala interval.

Pengolahan data dengan menggunakan program statistik SPS (lihat lampiran 2) dengan hasil perhitungan sebagai berikut.

Tabel 4.1

Rangkuman Uji Validitas Butir Pertanyaan Variabel Harga

No Pertanyaan	Pearson Correlation	Sign (2 – tailed)	Status
1	0,849	0,000	Sahih
2	0,865	0,000	Sahih
3	0,862	0,000	Sahih
4	0,826	0,000	Sahih

Sumber : Data diolah

Dari hasil uji validitas dengan menggunakan patokan taraf signifikansi 0,05 (lihat lampiran 5) dapat dilihat dari 4 item pertanyaan bagian harga adalah valid dan tidak ada yang gugur maka semua item pertanyaan bagian harga dapat digunakan dalam pengujian berikutnya.

b. Uji Validitas Angket Pertanyaan Variabel Produk

Validitas angket pertanyaan untuk variabel produk dilakukan dengan menghitung korelasi produk antara masing-masing item pertanyaan dengan skor yang mewakili variabel produk tersebut. Teknik korelasi yang digunakan pada penelitian ini adalah korelasi *product moment Pearson* karena data pada penelitian ini bersifat kuantitatif dan berskala interval.

Pengolahan data dengan menggunakan program statistik SPS (lihat lampiran 2) dengan hasil perhitungan sebagai berikut.

Tabel 4.2

Rangkuman Uji Validitas Butir Pertanyaan Variabel Produk

No Pertanyaan	Pearson Correlation	Sign (2 – tailed)	Status
1	0,725	0,000	Sahih
2	0,777	0,000	Sahih
3	0,654	0,000	Sahih
4	0,715	0,000	Sahih
5	0,805	0,000	Sahih

Sumber : Data diolah

Dari hasil uji validitas dengan menggunakan patokan taraf signifikansi 0,05 (lihat lampiran 5) dapat dilihat dari 4 item pertanyaan bagian produk adalah valid dan tidak ada yang gugur maka semua item pertanyaan bagian produk dapat digunakan dalam pengujian berikutnya.

c. Uji Validitas Angket Pertanyaan Variabel Pelayanan

Validitas angket pertanyaan untuk variabel pelayanan dilakukan dengan menghitung korelasi pelayanan antara masing-masing item pertanyaan dengan skor yang mewakili variabel pelayanan tersebut. Teknik korelasi yang digunakan pada penelitian ini adalah korelasi *product moment Pearson* karena data pada penelitian ini bersifat kuantitatif dan berskala interval.

Pengolahan data dengan menggunakan program statistik SPS (lihat lampiran 2) dengan hasil perhitungan sebagai berikut.

Tabel 4.3

Rangkuman Uji Validitas Butir Pertanyaan Variabel Pelayanan

No Pertanyaan	Pearson Correlation	Sign (2 – tailed)	Status
1	0,834	0,000	Sahih
2	0,739	0,000	Sahih
3	0,891	0,000	Sahih
4	0,717	0,000	Sahih

Sumber : Data diolah

Dari hasil uji validitas dengan menggunakan patokan taraf signifikansi 0,05 (lihat lampiran 5) dapat dilihat dari 4 item pertanyaan bagian pelayanan adalah valid dan tidak ada yang gugur maka semua item pertanyaan bagian pelayanan dapat digunakan dalam pengujian berikutnya.

d. Uji Validitas Angket Pertanyaan Variabel Promosi

Validitas angket pertanyaan untuk variabel promosi dilakukan dengan menghitung korelasi promosi antara masing-masing item pertanyaan dengan

skor yang mewakili variabel promosi tersebut. Teknik korelasi yang digunakan pada penelitian ini adalah korelasi product moment Pearson karena data pada penelitian ini bersifat kuantitatif dan berskala interval.

Pengolahan data dengan menggunakan program statistik SPS (lihat lampiran 2) dengan hasil perhitungan sebagai berikut.

Tabel 4.4

Rangkuman Uji Validitas Butir Pertanyaan Variabel Promosi

No Pertanyaan	Pearson Correlation	Sign (2 – tailed)	Status
1	0,862	0,000	Sahih
2	0,893	0,000	Sahih
3	0,904	0,000	Sahih

Sumber : Data diolah

Dari hasil uji validitas dengan menggunakan patokan taraf signifikansi 0,05 (lihat lampiran 5) dapat dilihat dari 4 item pertanyaan bagian promosi adalah valid dan tidak ada yang gugur maka semua item pertanyaan bagian promosi dapat digunakan dalam pengujian berikutnya.

e. Uji Reliabilitas Angket Pertanyaan Variabel Harga

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dari suatu alat ukur gejala yang sama atau membuat hasil-hasil yang konsisten.

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPS menunjukkan bahwa untuk variabel harga memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,907 ini menunjukkan bahwa butir variabel harga reliable, karena nilai Alpha lebih

besar dari r tabel sebesar 0,361 artinya jawaban atas butir-butir pertanyaan variabel harga adalah handal dan dapat dipakai untuk penelitian selanjutnya.

f. Uji Reliabilitas Angket Pertanyaan Variabel Produk

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dari suatu alat ukur gejala yang sama atau membuat hasil-hasil yang konsisten.

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPS menunjukkan bahwa untuk variabel produk memiliki koefisien sebesar 0,761 menunjukkan bahwa butir Variabel Produk Reliable, karena nilai Alpha lebih besar dari r tabel sebesar 0,361 artinya jawaban atas butir-butir pertanyaan variabel produk adalah handal dan dapat dipakai untuk penelitian selanjutnya.

g. Uji Reliabilitas Angket Pertanyaan Variabel Pelayanan

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dari suatu alat ukur gejala yang sama atau membuat hasil-hasil yang konsisten.

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPS menunjukkan bahwa untuk variabel pelayanan memiliki koefisien sebesar 0,897 menunjukkan bahwa butir Variabel Pelayanan Reliable, karena nilai Alpha lebih besar dari r tabel sebesar 0,361 artinya jawaban atas butir-butir pertanyaan variabel pelayanan adalah handal dan dapat dipakai untuk penelitian selanjutnya.

h. Uji Reliabilitas Angket Pertanyaan Variabel Promosi

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dari suatu alat ukur gejala yang sama atau membuat hasil-hasil yang konsisten.

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPS menunjukkan bahwa untuk variabel promosi memiliki koefisien sebesar 0,879 menunjukkan bahwa butir Variabel Promosi Reliable, karena nilai Alpha lebih besar dari r tabel sebesar 0,361 artinya jawaban atas butir-butir pertanyaan variabel promosi adalah handal dan dapat dipakai untuk penelitian selanjutnya.

4.2. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif merupakan uraian analisis data berdasarkan hasil jawaban yang telah diperoleh dari responden dan disajikan dalam bentuk daftar atau tabulasi data dari masing-masing karakteristik responden terhadap keputusan pembelian responden pada toko Bimbo Delanggu. Dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 100 orang responden. Tabulasi data disajikan dalam bentuk metode prosentase.

4.1.1. Karakteristik Responden

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.5

**Karakteristik Responden Toko Bimbo Delanggu
Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Prosentase
Pria	38	38%
Wanita	62	62%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer

Dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari 100 responden terdiri dari 38 % (38 orang) konsumen pria dan 62% (62 orang) konsumen wanita. Dari data di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen toko Bimbo adalah wanita, hal ini kemungkinan disebabkan karena kebanyakan dalam hal pengambilan keputusan dilakukan oleh pihak wanita.

b. Karakteristik responden berdasarkan tingkat usia

Tabel 4.6

**Karakteristik Responden Toko Bimbo Delanggu
Berdasarkan Tingkat Usia**

Tingkat Usia	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Prosentase
< 21 th	32	32%
21-30 th	30	30%
31-40 th	17	17%
> 41 keatas	21	21%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdiri dari 32% (32 orang) konsumen berusia di bawah 21 tahun, 30% (30 orang) konsumen berusia antara 21-30 tahun, 17% (17 orang) konsumen berusia antara 31-40 tahun dan 21% (21 orang) konsumen berusia di atas 41

tahun. Dari data di atas dapat diketahui bahwa konsumen yang berbelanja di toko Bimbo Delanggu sebagian besar berusia di bawah 21 tahun.

c. Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan

Tabel 4.7

**Karakteristik Responden Toko Bimbo Delanggu
Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Prosentase
Pelajar/Mahasiswa	36	36%
Pegawai Negeri	15	15%
Pegawai Swasta/Wiraswasta	32	32%
Lain-lain	17	17%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdiri dari 36% (36 orang) konsumen adalah pelajar/mahasiswa, 15% (15 orang) konsumen adalah pegawai negeri, 32% (32 orang) konsumen adalah pegawai swasta/wiraswasta dan 17% (17 orang) konsumen adalah pekerjaan lain-lain. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa konsumen yang berbelanja di toko Bimbo Delanggu sebagian besar adalah pelajar/mahasiswa.

d. **Karakteristik responden berdasarkan tingkat penghasilan**

Tabel 4.8

**Karakteristik Responden Toko Bimbo Delanggu
Berdasarkan Tingkat Penghasilan**

Tingkat Penghasilan	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Prosentase
< 351 ribu	26	26%
351-700 ribu	26	26%
701-1.050 ribu	13	13%
> 1.050 ribu	35	35%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer

Dari data 4.8 dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdiri dari 26% (26 orang) konsumen berpenghasilan dibawah Rp.351.000,00, 26%(26 orang) konsumen berpenghasilan antara Rp.351.000,00 - Rp.700.000,00, 13% (13 orang) konsumen berpenghasilan antara Rp.701.000,00- Rp.1.050.000,00, dan 35% (35 orang) konsumen berpenghasilan di atas Rp.1.050.000,00. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa konsumen yang berbelanja di Toko Bimbo Delanggu sebagian besar adalah konsumen yang berpenghasilan di atas Rp.1.050.000,00.

4.1.2. Identifikasi Responden Terhadap Penilaian Variabel Toko Bimbo

Delanggu

Tabel 4.9

Penilaian Responden Terhadap Variabel Toko Bimbo Delanggu

Berdasarkan Jenis Kelamin

Klasifikasi Responden	Pria		Wanita		Total	
	Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%
Harga						
a. Sangat murah	12	12	21	21	33	33
b. Murah	22	22	38	38	60	60
c. Kurang murah	4	4	3	3	7	7
Total	38	38	62	62	100	100
Produk						
a. Sangat lengkap	6	6	10	10	16	16
b. Lengkap	26	26	49	49	75	75
c. Kurang lengkap	6	6	3	3	9	9
Total	38	38	62	62	100	100
Pelayanan						
a. Sangat memuaskan	8	8	9	9	17	17
b. Memuaskan	22	22	40	40	62	62
c. Kurang memuaskan	8	8	13	13	21	21
Total	38	38	62	62	100	100
Promosi						
a. Sangat menarik	8	8	14	14	22	22
b. Menarik	22	22	36	36	58	58
c. Kurang menarik	8	8	12	12	20	20
Total	38	38	62	62	100	100

Sumber : Data Primer

Berikut ini hasil penelitian terhadap responden toko Bimbo Delanggu berdasarkan jenis kelamin.

a. Harga

Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat murah sebesar 33% ,yang mempunyai tanggapan murah sebesar 60% dan yang mempunyai tanggapan kurang murah sebesar 7%.Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan harga pada toko Bimbo Delanggu murah dengan jumlah responden terbesar adalah wanita.

b. Produk

Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat lengkap sebesar 16%, yang mempunyai tanggapan lengkap sebesar 75% dan yang mempunyai tanggapan kurang lengkap sebesar 9%.Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan produk pada toko Bimbo Delanggu adalah lengkap dengan jumlah responden terbesar adalah responden wanita.

c. Pelayanan

Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat memuaskan sebesar 17%, yang mempunyai tanggapan memuaskan sebesar 62% dan yang mempunyai tanggapan kurang memuaskan sebesar 21%.Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan pelayanan di toko Bimbo Delanggu adalah memuaskan dengan jumlah responden terbesar adalah responden wanita.

d. Promosi

Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat menarik sebesar 22%, yang mempunyai tanggapan menarik sebesar 58% dan yang mempunyai tanggapan kurang menarik sebesar 20%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan promosi di toko Bimbo Delanggu menarik dengan jumlah responden terbesar adalah responden wanita.

Tabel 4.10

**Penilaian Responden Terhadap Variabel Toko Bimbo Delanggu
Berdasarkan Tingkat Usia**

Klasifikasi Responden	< 20		21-30		31-40		> 40		Total	
	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%
Harga										
a. Sangat murah	3	3	10	10	6	6	14	14	33	33
b. Murah	24	24	18	18	11	11	7	7	60	60
c. Kurang murah	5	5	2	2	0	0	0	0	7	7
Total	32	32	30	30	17	17	21	21	100	100
Produk										
a. Sangat lengkap	0	0	6	6	4	4	6	6	16	16
b. Lengkap	26	26	21	21	13	13	15	15	75	75
c. Kurang lengkap	6	6	3	3	0	0	0	0	9	9
Total	32	32	30	30	17	17	21	21	100	100
Pelayanan										
a. Sangat memuaskan	0	0	4	4	3	3	10	10	17	17
b. Memuaskan	23	23	20	20	10	10	9	9	62	62
c. Kurang memuaskan	9	9	6	6	14	14	2	2	21	21
Total	32	32	30	30	17	17	21	21	100	100
Promosi										
a. Sangat menarik	6	6	7	7	3	3	6	6	22	22
b. Menarik	18	18	17	17	10	10	13	13	58	58
c. Kurang menarik	8	8	6	6	4	4	2	2	20	20
Total	32	32	30	30	17	17	21	21	100	100

Sumber : Data Primer

Berikut ini hasil penelitian terhadap responden toko Bimbo Delanggu berdasarkan tingkat usia

a. Harga

Dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat murah sebesar 33%, yang mempunyai tanggapan murah sebesar 60% dan yang mempunyai tanggapan kurang murah sebesar 7%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan harga di toko Bimbo Delanggu murah dengan jumlah responden terbesar adalah responden yang berusia di bawah 21 tahun.

b. Produk

Dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat lengkap sebesar 16%, yang mempunyai tanggapan lengkap sebesar 75% dan yang mempunyai tanggapan kurang lengkap sebesar 9%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan produk di toko Bimbo Delanggu lengkap dengan jumlah responden terbesar adalah responden yang berusia di bawah 21 tahun.

c. Pelayanan

Dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat memuaskan sebesar 17%, yang mempunyai tanggapan memuaskan sebesar 62% dan yang mempunyai tanggapan kurang memuaskan sebesar 21%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan pelayanan di toko Bimbo Delanggu memuaskan dengan jumlah responden terbesar berusia kurang dari 21 tahun.

d. Promosi

Dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat menarik sebesar 22%, yang mempunyai tanggapan menarik sebesar 58% dan yang mempunyai tanggapan kurang menarik sebesar 20%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan promosi di toko Bimbo Delanggu menarik dengan jumlah responden terbesar adalah responden yang berusia di bawah 21 tahun.

Tabel 4.11

**Penilaian Responden Terhadap Variabel Toko Bimbo Delanggu
Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Klasifikasi Responden	Pelajar/ Mahasiswa		Pegawai Negeri		Peg.Swasta/ Wiraswasta		Lain-lain		Total	
	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%
Harga										
a. Sangat murah	4	4	9	9	11	11	9	9	33	33
b. Murah	27	27	5	5	20	20	8	8	60	60
c. Kurang murah	5	5	1	1	1	1	0	0	7	7
Total	36	36	15	15	32	32	17	17	100	100
Produk										
a. Sangat lengkap	1	1	7	7	5	5	3	3	16	16
b. Lengkap	28	28	7	7	26	26	14	14	75	75
c. Kurang lengkap	7	7	1	1	1	1	0	0	9	9
Total	36	36	15	15	32	32	17	17	100	100
Pelayanan										
a. Sangat memuaskan	2	2	6	6	5	5	4	4	17	17
b. Memuaskan	25	25	6	6	21	21	10	10	62	62
c. Kurang memuaskan	9	9	3	3	6	6	3	3	21	21
Total	36	36	15	15	32	32	17	17	100	100
Promosi										
a. Sangat menarik	5	5	6	6	8	8	3	3	22	22
b. Menarik	23	23	7	7	18	18	10	10	58	58
c. Kurang menarik	8	8	2	2	6	6	4	4	20	20
Total	36	36	15	15	32	32	17	17	100	100

Sumber : Data Primer

Berikut ini hasil penelitian terhadap responden toko Bimbo Delanggu berdasarkan jenis pekerjaan

a. Harga

Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat murah sebesar 33%, yang mempunyai tanggapan murah sebesar 60% dan yang mempunyai tanggapan kurang murah sebesar 7%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan harga di toko Bimbo Delanggu murah dengan jumlah responden terbesar adalah responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa.

b. Produk

Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat lengkap sebesar 16%, yang mempunyai tanggapan lengkap sebesar 75% dan yang mempunyai tanggapan kurang lengkap sebesar 9%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan produk di toko Bimbo Delanggu lengkap dengan jumlah responden terbesar adalah responden yang mempunyai pekerjaan pelajar/mahasiswa.

c. Pelayanan

Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat memuaskan sebesar 17%, yang mempunyai tanggapan memuaskan sebesar 62% dan yang mempunyai tanggapan kurang memuaskan sebesar 21%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan pelayanan di toko Bimbo Delanggu memuaskan dengan jumlah responden terbesar adalah responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa.

d. Promosi

Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat menarik sebesar 22%, yang mempunyai tanggapan menarik sebesar 58% dan yang mempunyai tanggapan kurang menarik sebesar 20%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan promosi di toko Bimbo Delanggu menarik dengan jumlah responden terbesar adalah responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa.

Tabel 4.12

**Penilaian Responden Terhadap Variabel Toko Bimbo Delanggu
Berdasarkan Tingkat Penghasilan**

Klasifikasi Responden	<351.000		351.000 - 700.000		700.000 – 1.050.000		> 1.050.000		Total	
	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%
Harga										
a. Sangat murah	4	4	6	6	4	4	19	19	33	33
b. Murah	18	18	19	19	9	9	14	14	60	60
c. Kurang murah	4	4	1	1	0	0	2	2	7	7
Total	26	26	26	26	13	13	35	35	100	100
Produk										
a. Sangat lengkap	0	0	5	5	2	2	9	9	16	16
b. Lengkap	21	21	19	19	11	11	24	24	75	75
c. Kurang lengkap	5	5	2	2	0	0	2	2	9	9
Total	26	26	26	26	13	13	35	35	100	100
Pelayanan										
a. Sangat memuaskan	1	1	15	15	4	4	7	7	17	17
b. Memuaskan	18	18	16	16	8	8	20	20	62	62
c. Kurang memuaskan	7	7	5	5	1	1	8	8	21	21
Total	26	26	26	26	13	13	35	35	100	100
Promosi										
a. Sangat menarik	4	4	6	6	1	1	11	11	22	22
b. Menarik	16	16	14	14	9	9	9	9	58	58
c. Kurang menarik	6	6	6	6	3	3	5	5	20	20
Total	26	26	26	26	13	13	35	35	100	100

Sumber : Data Primer

Berikut ini hasil penelitian terhadap responden toko Bimbo Delanggu berdasarkan tingkat penghasilan

a. Harga

Dari tabel 4.12 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat murah sebesar 33%, yang mempunyai tanggapan murah sebesar 60% dan yang mempunyai tanggapan kurang murah sebesar 7%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan harga di toko Bimbo Delanggu murah dengan jumlah responden terbesar adalah responden yang berpenghasilan di atas Rp.1.050.000,00.

b. Poduk

Dari tabel 4.12 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat lengkap sebesar 16%, yang mempunyai tanggapan lengkap sebesar 75% dan yang mempunyai tanggapan kurang lengkap sebesar 9%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan produk di toko Bimbo Delanggu lengkap dengan jumlah responden terbesar adalah responden yang berpenghasilan di atas Rp.1.050.000,00.

c. Pelayanan

Dari tabel 4.12 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat memuaskan sebesar 17%, yang mempunyai tanggapan memuaskan sebesar 62% dan yang mempunyai tanggapan kurang memuaskan sebesar 21%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan pelayanan di toko Bimbo Delanggu memuaskan

dengan jumlah responden terbesar adalah responden yang berpenghasilan di atas Rp.1.050.000,00.

d. Promosi

Dari tabel 4.12 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai tanggapan sangat menarik sebesar 22%, yang mempunyai tanggapan menarik sebesar 58% dan yang mempunyai tanggapan kurang menarik sebesar 20%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan promosi di toko Bimbo Delanggu menarik dengan jumlah responden terbesar adalah responden yang berpenghasilan di atas Rp.1.050.000,00.

4.3. Analisis Kuantitatif

4.3.1. Analisis Chi-Square

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis chi-square adalah sebagai berikut :

1. Menentukan formulasi Ho dan Ha

- Ho : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut (harga, produk, pelayanan dan promosi) pada toko Bimbo Delanggu ditinjau dari karakteristik responden.
- Ha : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut (harga, produk, pelayanan dan promosi) pada toko Bimbo Delanggu ditinjau dari karakteristik responden.

2. Menghitung f_h masing-masing baris dan kolom dari f_o yang diketahui
3. Menghitung χ^2 hitung (chi-square),
$$\chi^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$
4. Mencari derajat kebebasan : $db = (b-1)(k-1)$
5. Mencari χ^2 tabel
6. Kesimpulan :
 - Terima H_o , tolak H_a , jika χ^2 hitung $<$ χ^2 tabel $\{(\alpha)(b-1)(k-1)\}$
 - Tolak H_o , terima H_a , jika χ^2 hitung $>$ χ^2 tabel $\{(\alpha)(b-1)(k-1)\}$
7. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan H_o pada distribusi χ^2

Analisa Chi-Square untuk Mengetahui Ada atau Tidaknya Perbedaan Sikap Konsumen terhadap Atribut Toko Bimbo Delanggu Berdasarkan Karakteristik Responden

4.3.1.1 Penilaian responden terhadap variabel toko Bimbo Delanggu berdasarkan jenis kelamin

1. Sikap Responden terhadap Atribut Harga berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin
 - a. Hipotesis
 - H_o : Tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga ditinjau dari jenis kelamin responden
 - H_a : Terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga ditinjau dari jenis kelamin responden

Tabel 4.13
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Harga
Terhadap Jenis Kelamin

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	1.172 ^a	2	.557
Likelihood Ratio	1.131	2	.568
Linier by-Linier Association	.447	1	.504
N of Valid Cases	100		

b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh χ^2 hitung = 1,172 ,dengan df atau derajat kebebasan =2 (lihat lampiran 4)

c. Kriteria pengujian

- Ho ditolak apabila χ^2 hitung > χ^2 tabel
- Ho diterima apabila χ^2 hitung < χ^2 tabel

d. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%

$$Df = (k-1)(b-1)$$

$$= 2 \text{ (lihat lampiran 4)}$$

$$\chi^2 \text{ tabel} = 5,99$$

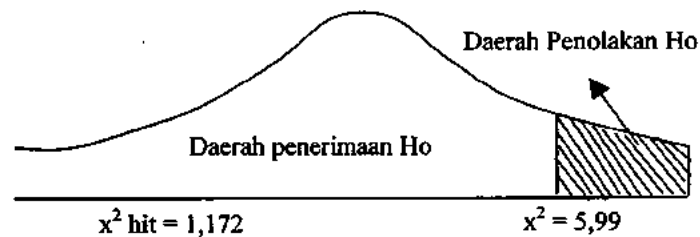
e. Menarik kesimpulan

Jika harga χ^2 hitung adalah 1,172 ,sedang harga χ^2 tabel adalah 5,99.Artinya χ^2 hitung < χ^2 tabel ,sehingga Ho diterima.Tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga pada toko Bimbo Delanggu ditinjau dari jenis kelamin. Antara pria dan wanita memiliki penilaian yang sama terhadap atribut harga, mereka cenderung menilai bahwa harga pada toko Bimbo murah.

f. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan

Dari perhitungan di atas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut:

Gambar 4.1
Daerah Penerimaan dan Penolakan antara
Jenis Kelamin terhadap Harga



2. Sikap Responden terhadap Atribut Produk Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin

a. Hipotesis

- Ho : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk ditinjau dari jenis kelamin responden
- Ha : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk ditinjau dari jenis kelamin responden

Tabel 4.14
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Produk
Terhadap Jenis Kelamin

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	3,495 ^a	2	.174
Likelihood Ratio	3,382	2	.184
Linier by-Linier Association	1,23	1	.271
N of Valid Cases	100		

- b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS10.0 diperoleh harga x^2 hitung 3,495 , dengan df atau derajat kebebasan = 2 (lihat lampiran 4)

c. Kriteria pengujian

- H_0 ditolak apabila χ^2 hitung $>$ χ^2 tabel
- H_0 diterima apabila χ^2 hitung $<$ χ^2 tabel

d. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%

e. $Df = (k-1)(b-1)$

= 2 (lihat lampiran 4)

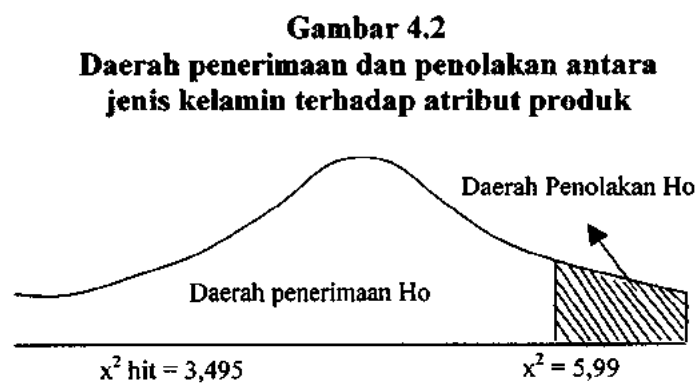
χ^2 tabel = 5,99

f. Menarik kesimpulan

Jika harga χ^2 hitung adalah 3,495 sedang harga χ^2 tabel adalah 5,99. Artinya χ^2 hitung $<$ χ^2 tabel, sehingga H_0 diterima. Tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk pada toko Bimbo Delanggu ditinjau dari jenis kelamin. Antara pria dan wanita memiliki penilaian yang sama terhadap atribut produk, mereka cenderung menilai bahwa produk pada toko Bimbo Delanggu adalah lengkap.

g. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan

Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut:



3. Sikap responden terhadap atribut pelayanan berdasarkan jenis kelamin

a. Hipotesis

- Ho : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut pelayanan ditinjau dari jenis kelamin responden
- Ha : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut pelayanan ditinjau dari jenis kelamin responden

Tabel 4.15
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Pelayanan Terhadap Jenis Kelamin

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	.759 ^a	2	.684
Likelihood Ratio	.746	2	.689
Linier by-Linier Association	.257	1	.612
N of Valid Cases	100		

- b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh harga x^2 hitung = 0,759 ,dengan df atau derajat kebebasan = 2 (lihat lampiran 4)

c. Kriteria pengujian

- Ho ditolak apabila x^2 hitung $\geq x^2$ tabel
- Ho diterima apabila x^2 hitung $< x^2$ tabel

- d. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%.

$$Df = (k-1) (b-1)$$

$$= 2 \text{ (lihat lampiran 4)}$$

$$x^2 \text{ tabel} = 5,99.$$

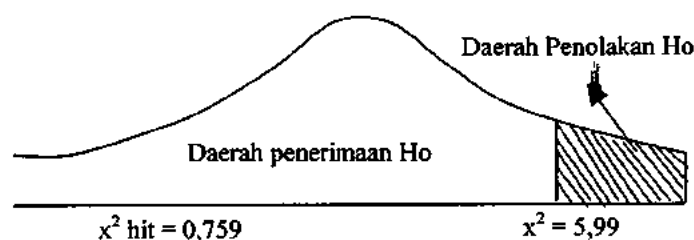
- e. Menarik kesimpulan

Jika harga χ^2 hitung = 0,759 sedang harga χ^2 tabel = 5,99 artinya χ^2 hitung < χ^2 tabel, sehingga H_0 diterima. Tidak ada perbedaan sikap responden terhadap atribut pelayanan berdasarkan perbedaan jenis kelamin. Antara pria dan wanita memiliki penilaian yang sama terhadap atribut pelayanan, mereka cenderung menilai bahwa pelayanan pada toko Bimbo Delanggu memuaskan.

f. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan

Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut :

Gambar 4.3
Daerah penerimaan dan penolakan antara jenis kelamin terhadap atribut pelayanan



4. Sikap responden terhadap atribut promosi berdasarkan perbedaan jenis kelamin

a. Hipotesis

- H_0 : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut pelayanan ditinjau dari jenis kelamin.
- H_a : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut pelayanan ditinjau dari jenis kelamin.

Tabel 4.16
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Promosi
Terhadap Jenis Kelamin

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	.059 ^a	2	.971
Likelihood Ratio	.059	2	.971
Linier by-Linier Association	.058	1	.810
N of Valid Cases	100		

b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh harga x^2 hitung = 0,059 dengan df atau derajat kebebasan = 2 (lihat lampiran 4)

c. Kriteria pengujian

- Ho ditolak apabila x^2 hitung $\geq x^2$ tabel
- Ho diterima apabila x^2 hitung $< x^2$ tabel

d. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%

$$Df = (k-1) (b-1)$$

$$= 2 \text{ (lihat lampiran 4)}$$

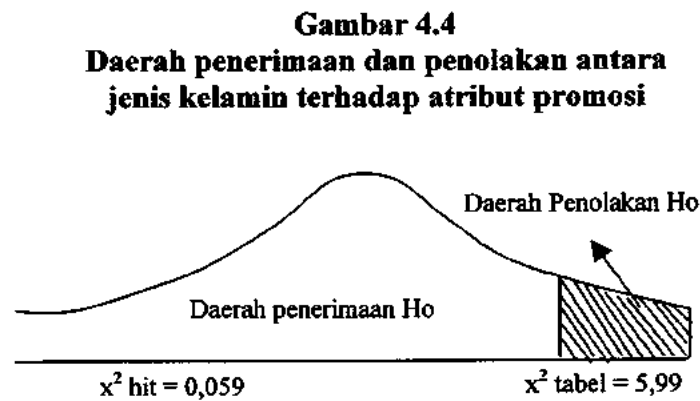
$$x^2 \text{ tabel} = 5,99.$$

e. Menarik kesimpulan

Jika harga x^2 hitung = 0,059 sedang harga x^2 tabel = 5,99 artinya x^2 hitung $< x^2$ tabel, sehingga Ho diterima. Tidak ada perbedaan sikap responden terhadap atribut promosi berdasarkan perbedaan jenis kelamin. Antara pria dan wanita memiliki penilaian yang sama terhadap atribut promosi, mereka cenderung menilai bahwa pelayanan pada toko Bimbo Delanggu menarik.

f. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan

Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut :



4.3.1.2 Penilaian responden terhadap variabel toko Bimbo Delanggu berdasarkan tingkat usia

1. Sikap responden terhadap atribut harga berdasarkan perbedaan tingkat usia.

a. Hipotesis

Ho : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut pelayanan ditinjau dari tingkat usia.

Ha : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut pelayanan ditinjau dari tingkat usia.

Tabel 4.17
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Harga Terhadap Tingkat Usia

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	22.470 ^a	6	.001
Likelihood Ratio	25.124	6	.000
Linier by-Linier Association	19.898	1	.000
N of Valid Cases	100		

b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh harga χ^2 hitung = 22,470 dengan df atau derajat kebebasan = 6 (lihat lampiran 4)

c. Kriteria pengujian

Ho ditolak apabila χ^2 hitung $\geq \chi^2$ tabel

Ho diterima apabila χ^2 hitung $< \chi^2$ tabel

b. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%

$$Df = (k-1)(b-1)$$

$$= 6 \text{ (lihat lampiran 4)}$$

$$\chi^2 \text{ tabel} = 12,59.$$

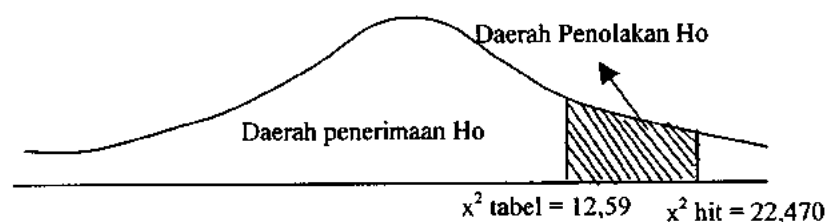
c. Menarik kesimpulan

Jika harga χ^2 hitung = 22,470 sedang harga χ^2 tabel = 12,59 artinya χ^2 hitung $> \chi^2$ tabel, sehingga Ho ditolak. Ada perbedaan sikap responden terhadap atribut harga berdasarkan perbedaan tingkat usia.

d. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan

Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut :

Gambar 4.5
Daerah penerimaan dan penolakan antara
Tingkat usia terhadap atribut harga



2. Sikap responden terhadap atribut produk berdasarkan perbedaan tingkat usia.

a. Hipotesis

Ho : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk ditinjau dari tingkat usia.

Ha : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk ditinjau dari tingkat usia.

Tabel 4.18
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Produk
Terhadap Tingkat Usia

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	15.237 ^a	6	.018
Likelihood Ratio	22.466	6	.001
Linier by-Linier Association	12.994	1	.000
N of Valid Cases	100		

b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh harga χ^2 hitung = 15,237 dengan df atau derajat kebebasan = 6 (lihat lampiran 4)

c. Kriteria pengujian

Ho ditolak apabila χ^2 hitung $\geq \chi^2$ tabel

Ho diterima apabila χ^2 hitung $< \chi^2$ tabel

d. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%

$$Df = (k-1) (b-1)$$

$$= 6 \text{ (lihat lampiran 4)}$$

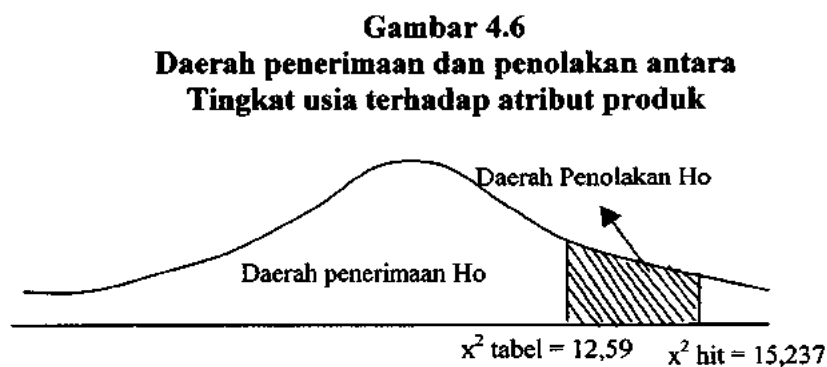
$$\chi^2 \text{ tabel} = 12,59.$$

e. Menarik kesimpulan

Jika harga χ^2 hitung = 15,237 sedang harga χ^2 tabel = 12,59 artinya χ^2 hitung $>$ χ^2 tabel, sehingga H_0 ditolak. Ada perbedaan sikap responden terhadap atribut produk berdasarkan perbedaan tingkat usia.

f. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan

Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut :



3. Sikap responden terhadap atribut pelayanan berdasarkan perbedaan tingkat usia.

a. Hipotesis

H_0 : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut pelayanan ditinjau dari tingkat usia.

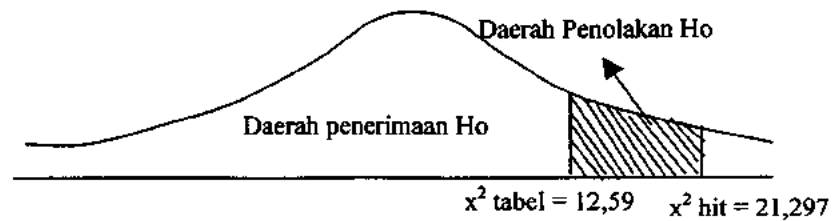
H_a : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut pelayanan ditinjau dari tingkat usia.

Tabel 4.19
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Pelayanan
Terhadap Tingkat Usia

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	21.297 ^a	6	.002
Likelihood Ratio	23.304	6	.001
Linier by-Linier Association	13.091	1	.000
N of Valid Cases	100		

- b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh harga x^2 hitung = 21,297 dengan df atau derajat kebebasan = 6 (lihat lampiran 4)
- c. Kriteria pengujian
- Ho ditolak apabila x^2 hitung $\geq x^2$ tabel
- Ho diterima apabila x^2 hitung $< x^2$ tabel
- d. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%
- Df = $(k-1)(b-1)$
- = 6 (lihat lampiran 4)
- x^2 tabel = 12,59.
- e. Menarik kesimpulan
- Jika harga x^2 hitung = 21,297 sedang harga x^2 tabel = 12,59 artinya x^2 hitung $> x^2$ tabel, sehingga Ho ditolak. Ada perbedaan sikap responden terhadap atribut pelayanan berdasarkan perbedaan tingkat usia.
- f. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan
- Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut :

Gambar 4.7
Daerah penerimaan dan penolakan antara
Tingkat usia terhadap atribut pelayanan



4. Sikap responden terhadap atribut promosi berdasarkan perbedaan tingkat usia.
- a. Hipotesis

H_0 : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut promosi ditinjau dari tingkat usia.

H_a : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut promosi ditinjau dari tingkat usia.

Tabel 4.20
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Promosi
Terhadap Tingkat Usia

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	2.478 ^a	6	.871
Likelihood Ratio	2.704	6	.845
Linier by-Linier Association	1.343	1	.246
N of Valid Cases	100		

- b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh harga x^2 hitung = 2,478 dengan df atau derajat kebebasan = 6 (lihat lampiran 4)

- c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila x^2 hitung $\geq x^2$ tabel

H_0 diterima apabila x^2 hitung $< x^2$ tabel

- d. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%

$$Df = (k-1) (b-1)$$

$$= 6 \text{ (lihat lampiran 4)}$$

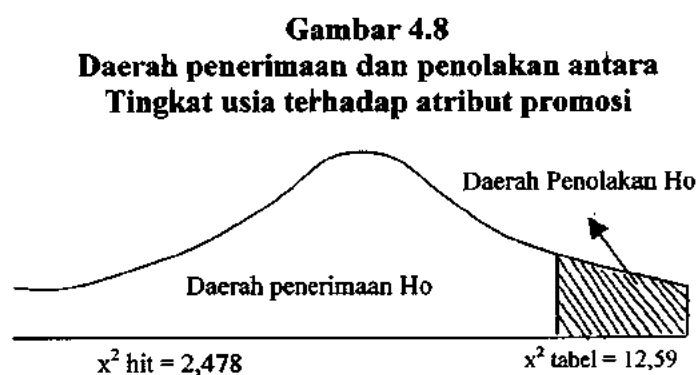
$$x^2 \text{ tabel} = 12,59.$$

- e. Menarik kesimpulan

Jika harga x^2 hitung = 2,478 sedang harga x^2 tabel = 12,59 artinya x^2 hitung < x^2 tabel, sehingga H_0 diterima. Tidak ada perbedaan sikap responden terhadap atribut promosi berdasarkan perbedaan tingkat usia.

- f. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan

Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut :



4.3.1.3 Penilaian Responden terhadap Variabel Toko Bimbo Delunggu berdasarkan Jenis Pekerjaan

1. Sikap responden terhadap atribut harga berdasarkan perbedaan jenis pekerjaan.

- a. Hipotesis

H_0 : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga ditinjau dari jenis pekerjaan.

Ha : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga ditinjau dari jenis pekerjaan.

Tabel 4.21
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Harga
Terhadap Jenis Pekerjaan

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	18.562 ^a	6	.005
Likelihood Ratio	20.518	6	.002
Linier by-Linier Association	10.540	1	.001
N of Valid Cases	100		

b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh harga x^2 hitung = 18,562 dengan df atau derajat kebebasan = 6 (lihat lampiran 4)

c. Kriteria pengujian

Ho ditolak apabila x^2 hitung $\geq x^2$ tabel

Ho diterima apabila x^2 hitung $< x^2$ tabel

e. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%

$$Df = (k-1) (b-1)$$

$$= 6 \text{ (lihat lampiran 4)}$$

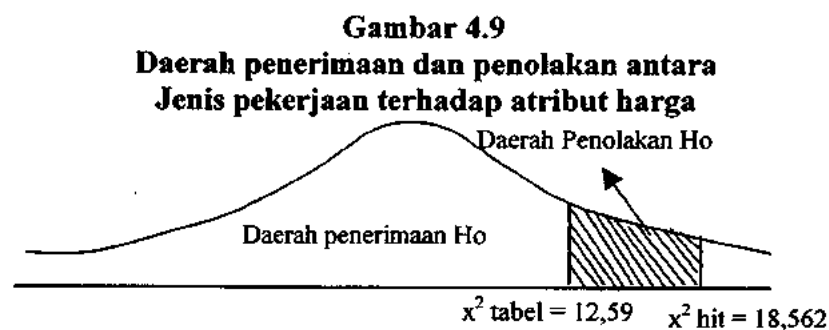
$$x^2 \text{ tabel} = 12,59.$$

f. Menarik kesimpulan

Jika harga x^2 hitung = 18,562 sedang harga x^2 tabel = 12,59 artinya x^2 hitung $> x^2$ tabel, sehingga Ho ditolak. Ada perbedaan sikap responden terhadap atribut harga berdasarkan perbedaan jenis pekerjaan.

g. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan

Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut :



2. Sikap responden terhadap atribut produk berdasarkan perbedaan jenis pekerjaan.

a. Hipotesis

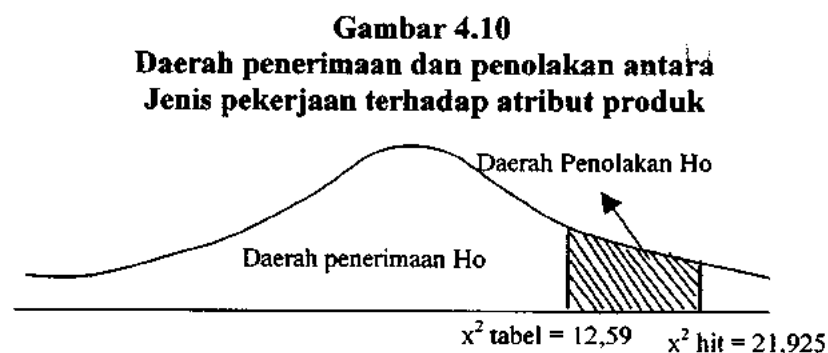
Ho : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk ditinjau dari jenis pekerjaan.

Ha : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk ditinjau dari jenis pekerjaan.

Tabel 4.22
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Produk
Terhadap Jenis Pekerjaan

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	21.925 ^a	6	.001
Likelihood Ratio	22.079	6	.001
Linier by-Linier Association	6.145	1	.0013
N of Valid Cases	100		

- b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh harga x^2 hitung = 21,925 dengan df atau derajat kebebasan = 6 (lihat lampiran 4)
- c. Kriteria pengujian
- Ho ditolak apabila x^2 hitung $\geq x^2$ tabel
- Ho diterima apabila x^2 hitung $< x^2$ tabel
- d. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%
- $$Df = (k-1)(b-1)$$
- $$= 6 \text{ (lihat lampiran 4)}$$
- x^2 tabel = 12,59.
- e. Menarik kesimpulan
- Jika harga x^2 hitung = 21,925 sedang harga x^2 tabel = 12,59 artinya x^2 hitung $> x^2$ tabel, sehingga Ho ditolak. Ada perbedaan sikap responden terhadap atribut produk berdasarkan perbedaan jenis pekerjaan.
- f. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan
- Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut :



3. Sikap responden terhadap atribut pelayanan berdasarkan perbedaan jenis pekerjaan.

a. Hipotesis

Ho : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut pelayanan ditinjau dari jenis pekerjaan.

Ha : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut pelayanan ditinjau dari jenis pekerjaan.

Tabel 4.23
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Pelayanan
Terhadap Jenis Pekerjaan

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	9.941 ^a	6	.127
Likelihood Ratio	9.738	6	.136
Linier by-Linier Association	1.744	1	.187
N of Valid Cases	100		

b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh harga χ^2 hitung = 9,941 dengan df atau derajat kebebasan = 6 (lihat lampiran 4)

c. Kriteria pengujian

Ho ditolak apabila χ^2 hitung $\geq \chi^2$ tabel

Ho diterima apabila χ^2 hitung $< \chi^2$ tabel

d. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%

$$Df = (k-1) (b-1)$$

$$= 6 \text{ (lihat lampiran 4)}$$

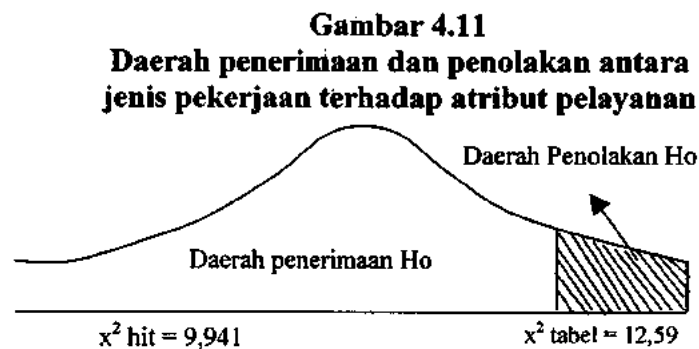
$$\chi^2 \text{ tabel} = 12,59.$$

e. Menarik kesimpulan

Jika harga x^2 hitung = 9,941 sedang harga x^2 tabel = 12,59 artinya x^2 hitung < x^2 tabel, sehingga H_0 diterima. Tidak ada perbedaan sikap responden terhadap atribut pelayanan berdasarkan perbedaan jenis pekerjaan.

f. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan

Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut :



4. Sikap responden terhadap atribut promosi berdasarkan perbedaan jenis pekerjaan.

a. Hipotesis

H_0 : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut promosi ditinjau dari jenis pekerjaan.

H_a : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut promosi ditinjau dari jenis pekerjaan.

Tabel 4.24
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Promosi
Terhadap Jenis Pekerjaan

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	4.682 ^a	6	.585
Likelihood Ratio	4.470	6	.613
Linier by-Linier Association	.107	1	.744
N of Valid Cases	100		

b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh harga x^2 hitung = 4,682 dengan df atau derajat kebebasan = 6 (lihat lampiran 4)

c. Kriteria pengujian

Ho ditolak apabila x^2 hitung $\geq x^2$ tabel

Ho diterima apabila x^2 hitung $< x^2$ tabel

d. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%

$$Df = (k-1) (b-1)$$

$$= 6 \text{ (lihat lampiran 4)}$$

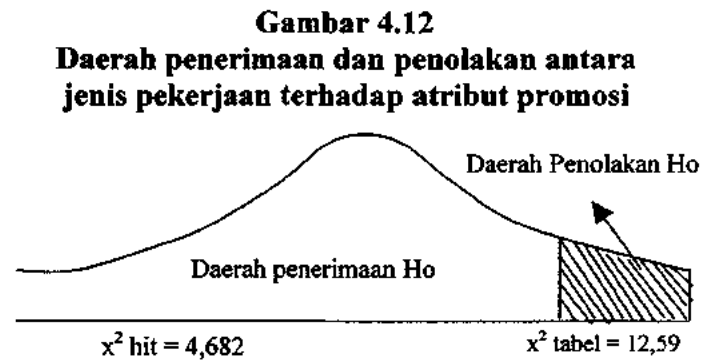
$$x^2 \text{ tabel} = 12,59.$$

e. Menarik kesimpulan

Jika harga x^2 hitung = 4,682 sedang harga x^2 tabel = 12,59 artinya x^2 hitung $< x^2$ tabel, sehingga Ho diterima. Tidak ada perbedaan sikap responden terhadap atribut promosi berdasarkan perbedaan jenis pekerjaan.

- f. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan

Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut :



4.3.4 Penilaian responden terhadap variabel Toko Bimbo Delanggu berdasarkan tingkat penghasilan

1. Sikap responden terhadap atribut harga berdasarkan perbedaan tingkat penghasilan.

- a. Hipotesis

Ho : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga ditinjau dari tingkat penghasilan.

Ha : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga ditinjau dari tingkat penghasilan.

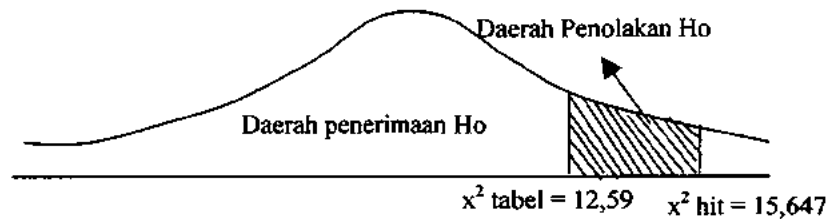
Tabel 4.25
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Harga
Terhadap Tingkat Penghasilan

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	15.647 ^a	6	.016
Likelihood Ratio	16.115	6	.013
Linier by-Linier Association	10.923	1	.001
N of Valid Cases	100		

- b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh harga x^2 hitung = 15,647 dengan df atau derajat kebebasan = 6 (lihat lampiran 4)
- c. Kriteria pengujian
- Ho ditolak apabila x^2 hitung $\geq x^2$ tabel
- Ho diterima apabila x^2 hitung $< x^2$ tabel
- d. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%
- Df = $(k-1)(b-1)$
- = 6 (lihat lampiran 4)
- x^2 tabel = 12,59.
- e. Menarik kesimpulan
- Jika harga x^2 hitung = 15,647 sedang harga x^2 tabel = 12,59 artinya x^2 hitung $> x^2$ tabel, sehingga Ho ditolak. Ada perbedaan sikap responden terhadap atribut harga berdasarkan perbedaan tingkat penghasilan.
- f. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan
- Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut :

Gambar 4.13

Daerah penerimaan dan penolakan antara tingkat penghasilan terhadap atribut harga



4. Sikap responden terhadap atribut produk berdasarkan perbedaan tingkat penghasilan.
- a. Hipotesis

Ho : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk ditinjau dari tingkat penghasilan.

Ha : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk ditinjau dari tingkat penghasilan.

Tabel 4.26
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Produk
Terhadap Tingkat Penghasilan

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	11.541 ^a	6	.073
Likelihood Ratio	15.848	6	.015
Linier by-Linier Association	7.977	1	.005
N of Valid Cases	100		

- b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh harga x^2 hitung = 11,541 dengan df atau derajat kebebasan = 6 (lihat lampiran 4)
- c. Kriteria pengujian

Ho ditolak apabila x^2 hitung $\geq x^2$ tabel

Ho diterima apabila x^2 hitung $< x^2$ tabel

- d. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%

$$Df = (k-1)(b-1)$$

$$= 6 \text{ (lihat lampiran 4)}$$

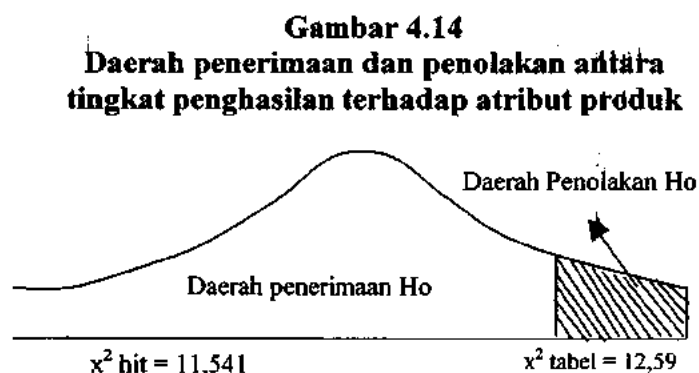
$$x^2 \text{ tabel} = 12,59.$$

- e. Menarik kesimpulan

Jika harga x^2 hitung = 11,541 sedang harga x^2 tabel = 12,59 artinya x^2 hitung $< x^2$ tabel, sehingga Ho ditolak. Ada perbedaan sikap responden terhadap atribut produk berdasarkan perbedaan tingkat penghasilan.

- f. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan

Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut :



4. Sikap responden terhadap atribut pelayanan berdasarkan perbedaan tingkat penghasilan.

- a. Hipotesis

Ho : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut pelayanan ditinjau dari tingkat penghasilan.

Ha : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut pelayanan ditinjau dari tingkat penghasilan.

Tabel 4.27
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Pelayanan Terhadap Tingkat Penghasilan

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	6.338 ^a	6	.386
Likelihood Ratio	7.577	6	.271
Linier by-Linier Association	1.538	1	.215
N of Valid Cases	100		

b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh harga χ^2 hitung = 6,338 dengan df atau derajat kebebasan = 6 (lihat lampiran 4)

c. Kriteria pengujian

Ho ditolak apabila χ^2 hitung $\geq \chi^2$ tabel

Ho diterima apabila χ^2 hitung $< \chi^2$ tabel

d. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%

$$Df = (k-1) (b-1)$$

$$= 6 \text{ (lihat lampiran 4)}$$

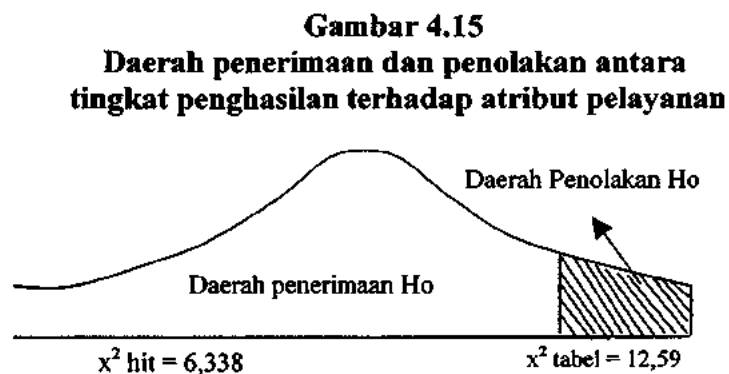
$$\chi^2 \text{ tabel} = 12,59.$$

e. Menarik kesimpulan

Jika harga χ^2 hitung = 6,338 sedang harga χ^2 tabel = 12,59 artinya χ^2 hitung $< \chi^2$ tabel, sehingga Ho diterima. Tidak ada perbedaan sikap responden terhadap atribut pelayanan berdasarkan perbedaan tingkat penghasilan.

f. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan

Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut :



4. Sikap responden terhadap atribut promosi berdasarkan perbedaan tingkat penghasilan.

a. Hipotesis

H_0 : tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut promosi ditinjau dari tingkat penghasilan.

H_a : terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut promosi ditinjau dari tingkat penghasilan.

Tabel 4.28
Hasil Perhitungan Chi-square Variabel Promosi Terhadap Tingkat Penghasilan

	Value	df	Asymp. Sig.
Pearson Chi-Square	4.533 ^a	6	.605
Likelihood Ratio	4.871	6	.560
Linier by-Linier Association	1.899	1	.168
N of Valid Cases	100		

b. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh harga χ^2 hitung = 4,533 dengan df atau derajat kebebasan = 6 (lihat lampiran 4)

c. Kriteria pengujian

Ho ditolak apabila χ^2 hitung $\geq \chi^2$ tabel

Ho diterima apabila χ^2 hitung $< \chi^2$ tabel

d. Menentukan derajat kebebasan dengan taraf signifikan 5%

$$Df = (k-1)(b-1)$$

$$= 6 \text{ (lihat lampiran 4)}$$

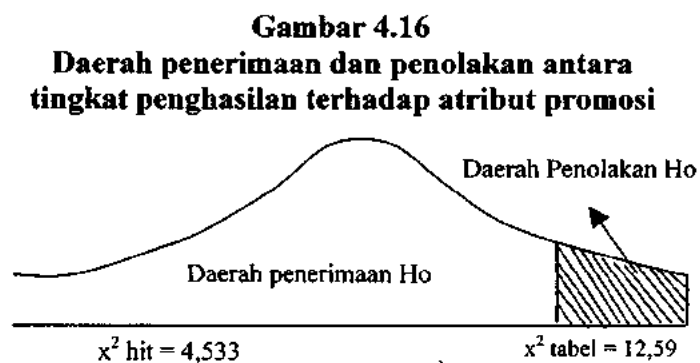
$$\chi^2 \text{ tabel} = 12,59.$$

e. Menarik kesimpulan

Jika harga χ^2 hitung = 4,533 sedang harga χ^2 tabel = 12,59 artinya χ^2 hitung $< \chi^2$ tabel, sehingga Ho diterima. Tidak ada perbedaan sikap responden terhadap atribut promosi berdasarkan perbedaan tingkat penghasilan.

f. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan

Dari perhitungan diatas dapat digambarkan daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut :



4.3.2. Analisis Indeks Sikap

Analisis indeks sikap mengemukakan tentang sikap konsumen terhadap obyek tertentu berdasarkan pertimbangan yang diringkas mengenai atribut toko Bimbo yang bersangkutan dan diberi nilai. Dengan analisis ini dapat diketahui atribut-atribut apa yang paling dominan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk berbelanja di toko Bimbo Delanggu.

Rumus indeks sikap dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$S_j = \sum_{k=1}^n tk \cdot x_{kj}$$

Dimana : S_j = sikap terhadap objek

tk = timbangan pada atribut k

x_{kj} = nilai atribut k untuk merek j

n = jumlah atribut yang menonjol

Langkah-langkah melakukan analisa kuantitatif rumus diatas sebagai berikut :

1. Menentukan nilai timbang (tk)

Nilai ini menunjukkan nilai bobot dari atribut-atribut yang dapat diperoleh dari skor masing-masing atribut dikalikan dengan tingkat kepentingan masing-masing atribut.

Tingkat kepentingan 1 dikalikan dengan angka 4

Tingkat kepentingan 2 dikalikan dengan angka 3

Tingkat kepentingan 3 dikalikan dengan angka 2

Tingkat kepentingan 4 dikalikan dengan angka 1

Setelah didapat jumlah skor setiap atribut dibagi dengan jumlah skor keseluruhan atribut, maka didapatkan bobot atau nilai timbangan (tk) dari tiap-tiap atribut.

2. Menentukan Nilai Kepercayaan (xkj)

Nilai ini didapat berdasarkan tanggapan responden terhadap masing-masing atribut dengan criteria penilaian menggunakan skala likert 1 sampai 4. kemudian setelah didapatkan nilai tanggapan dari responden masing-masing atribut dibagi dengan jumlah responden, maka akan didapat nilai kepercayaan (xkj).

3. Menentukan daerah penerimaan indeks sikap konsumen yang dibagi menjadi 4 daerah penerimaan yaitu :

- Daerah penerimaan sangat baik $4,00 > S_j > 3,26$
- Daerah penerimaan baik $3,25 > S_j > 2,51$
- Daerah penerimaan kurang baik $2,50 > S_j > 1,75$
- Daerah penerimaan tidak baik $1,75 > S_j > 1,00$

4. Menghitung indeks sikap konsumen

Untuk menghitung indeks sikap konsumen dilakukan dengan cara memasukkan nilai timbangan (tk) dan nilai kepercayaan (xkj) sehingga akan didapatkan nilai indeks sikap (Sj).

Untuk memperoleh Sj perlu ditentukan terlebih dahulu bobot atau timbangan masing-masing atribut yang terdapat pada toko Bimbo Delanggu. Besarnya timbangan tersebut berdasarkan pada penilaian

konsumen dalam menentukan urutan-urutan dari atribut pada toko Bimbo Delanggu sesuai dengan tingkat kepentingan prioritas.

Oleh karena itu responden diminta memberikan urutan-urutan penilaian untuk menentukan atribut mana yang paling penting (prioritas pertama) sampai atribut kurang penting (prioritas keempat). Berdasarkan hasil pengumpulan data mengenai tingkat prioritas ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.13
Hasil Urutan prioritas yang diberikan responden pada
Toko Bimbo Delanggu

	Harga				Produk				Pelayanan				Promosi			
	Peringkat				Peringkat				Peringkat				Peringkat			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Nilai	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
Frekuensi	43	32	20	5	33	57	8	2	19	10	66	5	5	1	6	88
Bobot	172	96	40	5	132	171	16	2	76	30	132	5	20	3	12	88
Jumlah	313				321				243				123			

Sumber : Data primer

Tabel 4.14
Hasil Timbangan Atribut Toko Bimbo Delanggu

Atribut	Bobot	$Timbangan (tk) = \frac{Bobot}{Total\ Bobot}$
Harga	313	0.313
Produk	321	0.321
Pelayanan	243	0.243
Promosi	123	0.123
Total	1000	1,000

Sumber : Data primer

Tabel 4.15
Hasil Nilai Atribut Toko Bimbo Delanggu

Atribut	Bobot	Sampel	$Nilai\ Atribut (xkj) = \frac{Bobot}{Sampel}$
Harga	313	100	3,13
Produk	321	100	3,21
Pelayanan	243	100	2,43
Promosi	123	100	1,23

Sumber : Data primer

Setelah dilakukan perhitungan atas penilaian responden terhadap atribut Toko Bimbo Delanggu dengan memberikan pertimbangan dan nilai, maka seperangkat hasil timbangan sikap konsumen akan nampak pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.16
Hasil Perhitungan Sikap Responden Atas Atribut
Toko Bimbo Delanggu

Atribut	Timbangan (tk)	Nilai Atribut (xkj)	Indeks Sikap (Sj)
Harga	3,13	3,13	0,980
Produk	0,321	3,21	1,030
Pelayanan	0,243	2,43	0,590
Promosi	0,123	1,23	0,151
Total			2,751

Sumber : Data primer

Dari hasil perhitungan diatas, menunjukkan bahwa atribut produk memiliki bobot paling tinggi yaitu sebesar 321. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seseorang dalam memutuskan untuk berbelanja di Toko Bimbo Delanggu, atribut pertama (yang dominan) menjadi pertimbangan adalah atribut produk. Kemudian secara berurutan atribut harga sebesar 313, sribut pelayanan sebesar 243, sedangkan atribut promosi sebesar 212.

Dilihat dari formulasi indeks sikap secara keseluruhan, maka dapat diketahui bahwa konsumen memberikan penilaian yang baik terhadap Toko Bimbo Delanggu dan atribut-atribut yang dimilikinya. Hal ini terbukti dari besarnya indeks sikap konsumen yaitu 2,751. Karena skor maksimal adalah pada nilai 4, ini berarti bahwa responden mempunyai penilaian baik terhadap Toko Bimbo Delanggu.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Analisis Chi-Square

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui adanya perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristiknya dengan atribut-atribut toko Bimbo Delanggu. Ditunjukkan dengan hasil χ^2 hitung dari masing-masing atribut.

a. Harga

Berdasarkan tingkat usia diperoleh χ^2 hitung (22,470) > χ^2 tabel (12,59), berdasarkan jenis pekerjaan χ^2 hitung (18,562) > χ^2 tabel (12,59) dan berdasarkan tingkat penghasilan χ^2 hitung (15,562) > χ^2 tabel (12,59).

b. Produk

Berdasarkan tingkat usia χ^2 hitung (15,237) > χ^2 tabel (12,59), dan berdasarkan jenis pekerjaan χ^2 hitung (21,925) > χ^2 tabel (12,59).

c. Pelayanan

Berdasarkan tingkat usia χ^2 hitung (21,297) > χ^2 tabel (12,59).

Dari hasil uji di atas menunjukkan variabel hasil χ^2 hitung lebih besar dari χ^2 tabel, hasilnya H_0 ditolak. Maka hipotesis pertama yang menyatakan terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut toko Bimbo Delanggu ditinjau dari karakteristik konsumen terbukti kebenarannya.

2. Analisis Indeks Sikap

Dengan menggunakan analisa indeks sikap menunjukkan bahwa faktor produk merupakan faktor yang paling dominan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk berbelanja pada toko Bimbo Delanggu diterima atau terbukti. Hal ini ditunjukkan dengan bobot pertimbangan terbesar yaitu pada faktor produk sebesar 321, kemudian pertimbangan kedua adalah faktor harga sebesar 313, pertimbangan ketiga adalah faktor pelayanan sebesar 243 dan pertimbangan keempat adalah faktor promosi sebesar 123.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran bagi perusahaan sebagai masukan dalam menentukan langkah-langkah strategi pemasaran di masa yang akan datang.

1. Karena karakteristik konsumen (tingkat usia, jenis pekerjaan dan tingkat penghasilan) memiliki derajat keterkaitan dan atribut Toko Bimbo Delanggu (harga, produk dan pelayanan). Maka sebaiknya Toko Bimbo Delanggu melakukan kebijakan-kebijakan dalam penetapan harga, menambah kelengkapan atau koleksi serta meningkatkan kualitas produknya dan meningkatkan pelayanan agar konsumen merasa lebih puas
2. Faktor kelengkapan produk yang selama ini menjadi pilihan konsumen dalam memilih Toko Bimbo Delanggu sebagai tempat berbelanja perlu dipertahankan. Dan untuk menarik lebih banyak konsumen toko Bimbo hendaknya mengadakan terobosan baru khususnya yang berkaitan dengan

kegiatan promosinya. Karena variabel ini mendapat respon yang kurang positif dari konsumen.

3. Untuk penelitian selanjutnya yang mengambil tema yang sama sebaiknya untuk meneliti keterkaitan antara atribut toko Bimbo Delanggu dengan karakteristik konsumen menggunakan alat analisis yang berbeda agar hasil penelitian ini memperoleh hasil yang lebih baik.