

Rerata terbesar adalah 4.2292 pada variabel pemakaian terletak pada pertanyaan ke dua yang menjelaskan bahwa saat memakai deterjen bubuk merek saat ini, ternyata busa melimpah. Rerata terbesar ke tiga adalah 4.0417 pada pertanyaan nomor 4 yang menjelaskan deterjen bubuk tidak merusak lingkungan. Rerata terbesar ke empat (pertanyaan ke 5) dan rerata terbesar ke lima (pertanyaan ke 1) sama besar yaitu 4.0313 yang menjelaskan bahwa deterjen bubuk yang dipakai responden ternyata harum, dan ternyata saat memakai deterjen bubuk merek saat ini noda cepat hilang. Rerata terkecil (3.6667) terletak pada pertanyaan ke 3 yang menjelaskan bahwa deterjen bubuk yang dipakai oleh responden tersedia dalam berbagai kemasan.

Hasil tanggapan responden setiap item pertanyaan pada variabel pemakaian dapat dilihat pada Tabel 4.16.

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Pertama
Variabel Pemakaian (X2.1)

Skala Likert		Proporsi	%
TS	2.00	1	1.0
CS	3.00	22	22.9
S	4.00	46	47.9
SS	5.00	27	28.1
Total		96	100.0

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS 12.00 (20, 4, 2007)

Pertanyaan pertama pada tabel 4.16 menyatakan bahwa saat memakai deterjen bubuk merek yang sekarang ini dipakai oleh responden, ternyata deterjen bubuk menghasilkan busa yang melimpah. Paling banyak 46 responden menjawab setuju atau sebesar 47.9%.

4.2.4 Brand Switching (Y1)

Tabel 4.29

Rerata Tanggapan Responden Terhadap Brand Switching (Y1)

Ket.	y1 (brand switch- ing)	y1.1 akan coba merek lain walau puas	y1.2 akan beralih merek walau puas	y1.3 akan beralih merek karena pernah pengalaman buruk pemakaian	y1.4 akan beralih merek karena promosi menarik	y1.5 akan beralih merek karena merek lain lebih murah
N	96	96	96	96	96	96
Mean	3.7854	3.8854	3.8646	3.6667	3.7292	3.7813
Sum	363.40	373.00	371.00	352.00	358.00	363.00

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS 12.00 (20, 4, 2007)

Rerata brand switching (Y1) pada Tabel 4.29 adalah sebesar 3.7854. Artinya, pada variabel brand switching atau perilaku beralih merek, responden menyatakan setuju (mendekati angka 4 pada skala likert). Pada penelitian ini, jika responden menjawab setuju maka responden dianggap akan beralih merek dari deterjen bubuk yang dipakai saat ini.

Variabel brand switching memiliki rerata terbesar pada pertanyaan pertama yaitu sebesar 3.8854 yang menjelaskan bahwa responden akan mencoba – coba merek deterjen bubuk lain walaupun responden sudah puas dengan deterjen bubuk yang dipakai saat ini. Pertanyaan ke dua menghasilkan rerata sebesar 3.8646 yang menjelaskan bahwa responden akan beralih merek walaupun responden sudah puas dengan kinerja deterjen bubuk merek sekarang. Rerata peringkat ke tiga adalah pertanyaan ke 5 yaitu sebesar 3.7813 yang menjelaskan responden akan beralih merek karena merek deterjen bubuk lain menawarkan harga

Lanjutan Tabel 4.44

Hasil Uji Kruskal Wallis Pemakaian Berdasarkan Usia

Item pertanyaan	GENDER	N	Mean Rank	Asymp. Sig	Keterangan
5. saat memakai deterjen bubuk, harum	<20 th	33	43.05	0.178	Tidak ada perbedaan
	20 s/d 29 th	29	57.09		
	30 s/d 39 th	14	45.39		
	>40 th	20	47.23		
	Total	96			
6. saat memakai deterjen bubuk, tidak panas di tangan	<20 th	33	50.39	0.964	Tidak ada perbedaan
	20 s/d 29 th	29	47.76		
	30 s/d 39 th	14	46.61		
	>40 th	20	47.78		
	Total	96			

Sumber ; Data primer diolah dengan SPSS 12.0

Pada Tabel 4.44 menjelaskan hasil uji Kruskal Wallis variabel pemakaian sesuai usia responden. Dari tiap item pertanyaan variabel pemakaian sesuai usia responden menghasilkan Asymp. Sig lebih dari 0.05. Oleh sebab itu, pada penelitian ini tidak terdapat perbedaan pemakaian berdasarkan usia responden. Usia kategori manapun tidak terdapat perbedaan dalam pemakaian produk deterjen bubuk di Kota Yogyakarta. Saat memakai deterjen bubuk merek saat ini, responden semua kategori usia menyatakan hal yang sama bahwa noda cepat hilang, busa melimpah, deterjen bubuk tersedia dalam berbagai kemasan, deterjen bubuk mudah didapatkan, deterjen bubuk tidak merusak lingkungan, harum, serta tidak panas di tangan saat dipakai.