BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

F. Uji Instrumen Penelitian

A.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur melakukan fungsi alat ukurnya. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Instrument pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi, apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur yang sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran tersebut. kriteria data dikatakan valid jika nilai pada tabel *Scale Mean If Item Deleted* tidak melebihi nilai pada tabel *Scale Variance If Item Deleted.* Adapun hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel IV.1.

Hasil Uji Validitas Tentang Atribut Produk

ATRIBUT	SCALE MEAN IF ITEM DELETED	SCALE VARIANCE IF ITEM DELETED	CORRECTED ITEM TOTAL CORELATION	KETERANGAN
TENTANG PRODUK				
ITEM 1	3.6364	4.4196	5507	VALID
ITEM 2	3.3939	5.7193	4679	VALID
ITEM 3	3.4697	6.2529	4831	VALID
ITEM 4	3.2727	6.6629	5222	VALID
HARGA & DISTRIBUSI				
ITEM1	1.3030	6760	6656	VALID
ITEM2	1.3030	1.1375	6656	VALID
PELAYANAN & CITRA PERUSAHAAN				
ITEM1	1.1515	8690	5793	VALID
ITEM2	1.2576	6557	5793	VALID

Sumber : Hasil olahan data primer, 2005

Tabel IV.2.

Hasil Uji Validitas Tentang Kepercayaan Produk

KEPERCAYAAN KONSUMEN	SCALE MEAN IF ITEM DELETED	SCALE VARIANCE IF ITEM DELETED	CORRECTED ITEM TOTAL CORELATION	KETERANGAN
ITEM 1	1.1667	6949	5841	VALID
ITEM 2	3.5909	4.6762	5108	VALID
ITEM 3	1.2879	3928	5841	VALID
ITEM 4	3.5152	4.6536	4858	VALID
ITEM 5	1.2879	5774	5425	VALID
ITEM 6	3.4545	4.0671	5501	VALID
ITEM 7	3.5303	4.6837	4333	VALID
ITEM 8	1.333	5946	5425	VALID

Sumber : Hasil olahan data primer, 2005

Berdasarkan tabel IV.1 dan IV.2 di atas menunjukan bahwa seluruh pertanyaan yang terdiri 3 kelompok permasalahan pada variabel evaluasi dan delapan atribut kepercayaan dapat dinyatakan valid. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat.

A.2. Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten bila digunakan untuk mengukur obyek yang sama. Teknik yang digunakan untuk menilai reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Dengan menyebarkan angket kuisioner kepada para pengguna kendaraan beroda empat yang berdomisili di kelurahan KOMPERTA PLAJU. Data dikatakan reliable/handal jika koefesien alpha tidak kurang dari nilai kritis yaitu 0,6.

Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukan pada tabel IV.3 berikut :

Tabel IV.3.

Hasil Uji Realiabilitas Tentang Kepercayaan Produk

PENILAIAN	KOEFESIEN ALPHA CRONBACH	NILAI KRITIS	KETERANGAN
EVALUASI	0.7026	0.6	HANDAL
KEYAKINAN	0.7076	0.6	HANDAL

Sumber : Hasil olahan data primer, 2005

G. Analisis Data

Karakteristik Konsumen

Responden yang diteliti oleh penulis sebanyak 66 orang responden, responden adalah konsumen yang menggunakan minyak pelumas Mesran. Penulis menarik sample untuk konsumen yang menggunakan minyak pelumas Mesran sebanyak 33 orang dan konsumen yang menggunakan minyak pelumas lain sebanyak 33 orang responden. Mengenai karakteristik konsumen dapat diklasifikasikan berdasarkan 3 (tiga) karakteristik sebagai berikut : jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan.

1) Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.4.

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah Responden	
	Orang	Dalam persentase
1. Pria	52	79 %
2. Wanita	14	21 %
Jumlah	66	100 %

Sumber : Hasil olahan data primer, 2005

Tabel diatas dapat dilihat bahwa responden pria sebanyak 79 % dan responden wanita sebanyak 21 % artinya bahwa rata-rata kepemilikan kendaraan mobil adalah pria

sehingga semua pemeliharaan dan perawatan mobil biasa dilakukan oleh kaum pria sedangkan ada sebagian wanita yang mampu memelihara dan merawat kendaraan mobilnya sendiri. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh jenis kelamin sehingga dalam melakukan pembelian terhadap minyak pelumas Mesran faktor ini dapat berperan.

2). Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel IV.5
Klasifikasi Responden Berdasarkan
Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden	
	Orang	Dalam persentase
1. SMU	38	57.58 %
2. Diploma (D3)	2	3.03 %
3. Sarjana (S1)	23	34.85 %
4. Sarjana (S2)	3	4.54 %
Jumlah	66	100 %

Sumber : Hasil olahan data primer, 2005

Berdasarkan tingkat pendidikan dapat dianalisis bahwa responden terbanyak adalah yang berpendidikan SMU sebanyak 38 orang (57.58%) karena konsumen yang berpendidikan ini banyak dijumpai dilingkungan objek penelitian penulis atau di masyarakat sekarang

Responden yang mempunyai tingkat pendidikan tinggi juga banyak dijunpai di masyarakat karena tingkat ekonomi masyarakat yang baik dan keinginan untuk menuntut ilmu lebih tinggi lagi serta di dukung oleh tuntutan lapangan pekerjaan untuk mencari orang-orang yang berpendidikan tinggi. Tingkat pendidikan akan berpengaruh kepada

jenis pekerjaan yang akan didapatkan sehingga akan mengubah gaya hidupnya dan keadaan ekonomi konsumen.

3). Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tabel IV.6.
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan (Rp.)	Jumlah Responden	
	Orang	Dalam persentase
1. 1 – 2.5 juta	11	16.67 %
2. 2.6 – 4 juta	34	51.51 %
3. 4.1 - 4.9 juta	14	21.21 %
4. 5 juta keatas	7	10.61 %
Jumlah	66	100 %

Sumber : Hasil olahan data primer, 2005

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa yang menduduki peringkat pertama untuk kelompok pendapatan antara 2.6 – 4 juta rupiah dengan responden 34 orang (51.51 %), hal ini disebabkan karena pada kelompok ini memiliki kendaraan mobil yang fungsinya sebagai mobil keluarga sehingga untuk pelumasnya dipercayakan pada minyak pelumas Mesran sedangkan kelompok dengan pendapatan 5 juta rupiah keatas sebanyak 7 orang (10.61%) memiliki kendaraan yang fungsinya tidak lagi sebagai mobil keluarga melainkan sebagai pendongkrak gengsi pemiliknya sehingga untuk pelumas mesinnya menggunakan minyak pelumas lain atau minyak pelumas impor. Pendapatan dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap pembelian minyak pelumas Mesran.

4. Perbandingan Antara Pengguna Minyak Pelumas Mesran dan Yang Bukan

Adapun jumlah responden yang penulis gunakan sebanyak 66 orang responden yang terdiri dari 33 orang responden yang menggunakan minyak pelumas Mesran dan 33 orang responden yang menggunakan minyak pelumas lain.

Tabel IV.7

Perbandingan responden
yang menggunakan oli mesran dan merk lain

Keterangan	Jumlah
pemakai oli mesran	33
pemakai oli merk lain	33
TOTAL	66

Sumber : Hasil olahan data primer, 2005

Sesuai dengan permasalahan yang penulis rumuskan pada bab I, maka data yang diolah ini berdasarkan pada bab I sehingga didapatkan hasil analisis yang diharapkan. Pemecahan masalah yang pertama yaitu bagaimana sikap konsumen terhadap minyak pelumas Mesran dengan menggunakan rumus (Husein Umar, 1999 : 280) :

$$Ao = \sum_{i=1}^{n} bi.ei$$

Permasalah yang kedua yaitu apakah ada perbedaan sikap konsumen pemilik mobil terhadap minyak pelumas Mesran dengan minyak pelumas lain, permasalahan ini dapat dipecahkan dengan menggunakan rumus (Zainal Mustafa, 1995 : 89) :

$$X^2 = \frac{\sum (Fo - Fh)^2}{Fh}$$

C. Analisis Sikap Konsumen Terhadap Minyak Pelumas Mesran

Analisis ini untuk mengetahui sikap konsumen terhadap minyak pelumas Mesan berdasarkan 3 (tiga) item permasalahan yang ditawarkanyaitu :

I. Tentang Produk :

1. Mutu minyak pelumas mesran lebih baik disbanding merk lain.
2. Minyak pelumas mesran memiliki banyak jenis di bandingkan dengan merk lain
3. Design kemasan minyak pelumas mesran lebih menarik dibandingkan merk lain.
4. Keamanan minyak pelumas mesran lebih terjamin disbanding merk lain

II. Harga dan Distribusi Produk :

1. Harga minyak pelumas mesran lebih murah dari merk lain.
2. Minyak pelumas mesran mudah didapat dibandingkan merk lain.

III. Pelayanan dan Citra Perusahaan :

1. Pelayanan perusahaan atau distributor penjualan minyak pelumas mesran lebih baik dibandingkan minyak pelumas lain
2. Prestise (citra perusahaan) penghasil minyak pelumas mesran lebih baik dibandingkan minyak pelumas lain.

dalam hal ini penulis akan sajikan :

C.1. Nilai atau skor penilaian (ei)

C.2 Nilai atau skor kepercayaan (bi)

C.3. Analisis sikap konsumen terhadap minyak pelumas Mesran (Ao)

C.1. Nilai atau skor penilaian (ei)

a. Sangat baik diberi skor +2

b. Baik diberi skor +1

c. Tidak baik diberi -1

d. Sangat tidak baik -2

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Tabel IV.8

Sikap Konsumen untuk Nilai atau Skor Penilaian (ei)

Daftar Pertanyaan	SB	B	TB	STB	Jumlah
	+2	+1	-1	-2	
Tentang Produk :					
1. Mutu minyak pelumas mesran lebih baik disbanding merk lain.	20	30	4	12	66
2. Minyak pelumas mesran memiliki banyak jenis di bandingkan dengan merk lain.	31	21	13	1	66
3. Design kemasan minyak pelumas mesran lebih menarik dibandingkan merk lain.	26	31	9	-	66
4. Keamanan minyak pelumas mesran lebih terjamin disbanding merk lain	24	35	7	-	66
Harga dan Distribusi Produk :					
1. Harga minyak pelumas mesran lebih murah dari merk lain.	25	33	-	8	66
2. Minyak pelumas mesran mudah didapat dibandingkan merk lain.	24	34	7	1	66
Pelayanan dan Citra Perusahaan :					
1. pelayanan perusahaan atau distributor penjualan minyak pelumas mesran lebih baik dibandingkan minyak pelumas lain	22	36	8	-	66
2. Prestise (citra perusahaan) penghasil minyak pelumas mesran lebih baik dibandingkan minyak pelumas lain.	21	37	8	-	66

Sumber : Hasil olahan data primer, 2005

Berdasarkan perhitungan sikap konsumen untuk nilai atau skor penilaian (ei) dapat dimasukkan kedalam tabel IV.9.

Tabel IV.9.

Nilai atau Skor Komponen Penilaian (ei)

Atribut yang dinilai	Skor
Tentang Produk :	
1. Mutu yang baik	0.64
2. Jenis yang banyak	1.03
3. Design kemasan yang menarik	1.12
4. Keamanan produk yang baik	1.15
Jumlah	**3.94**
Harga dan distribusi Produk :	
1. Harga yang murah	1.02
2. Mudah didapat	1.11
Jumlah	2.13
	1.065
Pelayanan dan Citra perusahaan :	
1. Pelayanan yang memuaskan	1.09
2. Citra perusahaan yang baik	1.08
Jumlah	**2.17**

Sumber : Hasil olahan data primer, 2005

Berdasarkan tabel IV.7. dapat dijelaskan bahwa yang memperoleh skor tertinggi adalah pada atribut tentang produk dengan jumlah total skor 3.94, tepatnya pada item 4, keamanan minyak pelumas Mesran dibanding minyak pelumas lain, ini ditandai dengan membuat kemasan baru yang bertujuan untuk lebih melindungi konsumen dari tindakan pemalsuan. Kemasan baru ini dilengkapi dengan laser marker (nomor batch) di tutup dan leher kemasan.

Atribut yang memperoleh skor terkecil adalah atribut tentang produk pada item yang ke 1 , Mutu minyak pelumas Mesran dibanding minyak pelumas lain dengan skor 0,64, konsumen menilai bahwa minyak pelumas Mesran yang dihasilkan PERTAMINA masih kurang diketahui konsumen tentang kehandalannya dalam memelihara mesin kendaraan mobil disebabkan promosi yang dilakukan perusahaan belum terlalu maksimal, walupun skor ini tergolong kecil tetapi masih termasuk kedalam kategori positif atau baik.

A.2. Nilai atau Skor kepercayaan (bi)

a. Sangat setuju diberi skor +2
b. Setuju +1
c. Tidak setuju -1
d. Sangat tidak setuju -2

Tabel IV.10.

Sikap Konsumen untuk Nilai atau Skor Kepercayaan (bi)

Keterangan	SS +2	S +1	TS -1	STS -2	Jumlah
1. Minyak Pelumas Mesran memiliki harga yang lebih murah dibanding minyak pelumas lain	18	43	5	-	66
2. Minyak Pelumas Mesran memiliki mutu yang baik dibanding minyak pelumas lain	20	39	7	-	66
3. Minyak Pelumas Mesran mudah didapat dibanding minyak pelumas lain	23	33	18	-	66
4. Minyak Pelumas Mesran memiliki banyak jenis dibanding minyak pelumas lain	21	32	13	-	66
5. Pelayanan perusahaan atau distributor penjualan minyak pelumas Mesran mempunyai layanan yang memuaskan dibanding minyak pelumas lain	21	40	5	-	66
6. Minyak Pelumas Mesran terjamin keaman produknya dibanding minyak pelumas lain	16	42	8	-	66
7. Minyak Pelumas Mesran memiliki design kemasan yang menarik dibanding minyak pelumas lain	26	36	4	-	66

8. Minyak Pelumas Mesran memiliki prestise (citra perusahaan) yang baik dibanding minyak pelumas lain	21	37	8	-	66

Sumber : Hasil olahan data primer, 2005

Berdasarkan perhitungan sikap konsumen untuk nilai atau skor kepercayaan dapat dilihat lebih jelas pada tabel IV.11.

Tabel IV.11.

Nilai atau Skor Komponen Kepercayaan (bi)

Atribut yang dinilai	Rata-rata skor kepercayaan (bi)
1. Harga yang murah	1,12
2. Mutu yang baik	1,09
3. Mudah didapat	1,05
4. Jenis yang banyak	0,92
5. Pelayanan yang memuaskan	1,17
6. Keamanan produk yang baik	1,00
7. Design kemasan yang menarik	1,27
8. Citra perusahaan yang baik	1,08

Sumber : Hasil olahan data primer, 2005

Berdasarkan tabel IV.9. dapat dijelaskan atribut yang memperoleh skor tertinggi adalah design kemasan minyak pelumas Mesran dibanding minyak pelumas lain dengan skor 1,27 ini berarti bahwa minyak pelumas Mesran memang dipercaya mempunyai design kemasan yang lebih menarik dibanding dengan minyak pelumas lain yang terlihat pada Bab III mengenai jenis-jenis produk minyak pelumas Mesran dari kemasan kaleng maupun plastik kemudian dari satuan 1 (satu) liter sampai 10 (sepuluh) liter.

Atribut yang memperoleh skor terkecil adalah minyak pelumas Mesran memiliki banyak jenis dibanding minyak pelumas lain dengan skor 0,92 ini berarti konsumen

kurang percaya minyak pelumas Mesran memiliki banyak jenis, hal ini dikarena produk-produk minyak pelumas Mesran jarang dipublikasikan oleh perusahaan.

A.3. Analisis sikap konsumen terhadap minyak pelumas Mesran

Berdasarkan tabel IV.5. dan IV..7. maka dapat diketahui skor sikap konsumen terhadap minyak pelumas Mesran pada tabel IV.12. sebagai berikut :

Tabel IV.12.
Sikap Konsumen terhadap Minyak Pelumas Mesran

Atribut	Kepercayaan (bi)	Penilaian (e_1)	n $A_o = \sum bi.ei$ i=1
Design	1,27	1,12	1,42
Pelayanan	1,17	1,09	1,28
Prestise	1,08	1,08	1,17
Distribusi	1.05	1.11	1.16
Keamanan Produk	1,00	1,15	1,15
Harga	1.12	1.02	1.14
Jenis	0,92	1,03	0,95
Mutu	1.09	0.64	0.70
			$\sum A_o = 8,97$

Sumber : Hasil olahan data primer, 2003

Berdasarkan tabel IV.8. penulis akan menjabarkan masing-masing atribut diatas, untuk lebih jelasnya yaitu :

1. Design kemasan minyak pelumas Mesran dibanding minyak pelumas lain
   - Tingkat kepercayaan (bi) dengan skor 1,27, nilai ini berarti positif, konsumen percaya design yang ada pada kemasan minyak pelumas Mesran sudah baik dibandingkan dengan minyak pelumas lain.

- Tingkat penilaian (ei) dengan skor 1,12, konsumen memberikan penilaian positif karena design yang menarik akan memberikan penilaian yang baik pula untuk minyak pelumas Mesran. Minyak pelumas lain designnya hanya terbatas pada kemasan-kemasan kecil

2. Pelayanan perusahaan atau distributor penjualan minyak pelumas Mesran dibanding minyak pelumas lain
   - Tingkat kepercayaan (bi) dengan skor 1,17, nilai ini bernilai positif, konsumen percaya pelayanan perusahaan atau distributor penjualan minyak pelumas Mesran lebih baik dibanding pelayanan perusahaan atau distributor minyak pelumas lain. Perusahaan PERTAMINA memiliki 210 dealer yang siap menjual semua jenis minyak pelumas Mesran baik untuk otomotif maupun industri, selain itu didistribusikan melalui Graha Mesran kemudian ada bengkel-bengkel resmi yang sudah menyediakan point of sales (PS) dan sales engineer yang siap melayani konsumen
   - Tingkat penilaian (ei) dengan skor 1,09, penilaian konsumen positif atas atribut ini karena dari pengalaman konsumen sudah membuktikannya sendiri, kemudian tenaga sales engineer yang ditempatkan dibeberapa kota besar di Indonesia siap melayani konsumen dalam menentukan jenis pelumas yang tepat untuk mesin kendaraannya.

3. Prestise (citra perusahaan) minyak pelumas Mesran dibanding minyak pelumas lain
   - Tingkat kepercayaan (bi) dengan skor 1,08, konsumen menilai positif atas atribut ini karena konsumen percaya bahwa minyak pelumas Mesran di produksi oleh perusahaan yang mempunyai citra yang baik.

- Tingkat penilaian (ei) dengan skor 1,08, atribut ini bersifat positif, bahwa konsumen memberikan penilaian perusahaan yang memproduksi minyak pelumas Mesran adalah perusahaan yang memiliki citra baik, tentunya produk-produknya akan baik pula.

4. Minyak pelumas Mesran mudah didapat dibanding minyak pelumas lain
   - Tingkat kepercayaan (bi) dengan skor 1,05, berarti bernilai positif karena pada dasarnya penjualan minyak pelumas Mesran dilakukan melalui beberapa saluran yaitu : penjualan langsung (khususnya konsumen industri dan ekspor) dan penjualan tidak langsung (melalui agen/dealer, SPBU, Graha Mesran, bengkel)
   - Tingkat penilaian (ei) dengan skor 1,11, berarti bernilai positif, konsumen memberi penilaian yang positif karena dari pengalaman dialami konsumen. Konsumen menilai minyak pelumas Mesran selama ini masih mudah didapatkan dimana-mana karena hampir disetiap daerah sudah terdapat SPBU (Stasiun Pengisisian Bahan Bakar Umum).

5. Keamanan minyak pelumas Mesran dibanding minyak pelumas lain
   - Tingkat kepercayaan (bi) dengan skor 1,00, nilai ini bersifat positif karena konsumen percaya keamanan minyak pelumas Mesran lebih baik dibanding minyak pelumas lain, walaupun masih banyak beredar minyak pelumas Mesran palsu tapi PERTAMINA begitu memperhatikan keluhan konsumen sehingga dibuatlah kemasan anti pemalsuan.
   - Tingkat penilaian (ei) dengan skor 1,15, konsumen memberikan penilaian yang positif atas keamanan yang diberikan perusahaan dalam upaya melindungi konsumennya. Konsumen menilai dengan adanya ciri lain yang ada pada kemasan

yaitu dilengkapi dengan laser market pada tutup dan leher kemasan minyak pelumas Mesran membuat konsumen merasa dilindungi dari pemalsuan yang dapat berakibat patal terhadap kendaraannya.

6. Harga minyak pelumas Mesran lebih murah dibanding minyak pelumas lain
   - Tingkat kepercayaan (bi) dengan skor 1,12 artinya atribut ini bernilai positif, konsumen percaya bahwa memang benar harga minyak pelumas Mesran lebih murah dibandingkan dengan minyak pelumas lain karena minyak pelumas Mesran di produksi sendiri di dalam negeri dan untuk harga-harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh konsumen.
   - Tingkat penilaian (ei) dengan skor 1,02, atinya bernilai positif karena konsumen sudah melakukan pembelian suatu produk dan sudah membuktikanya sendiri dan harga yang ditetapkan selama ini dari tahun 2001 belum mengalami peningkatan harga. Konsumen dalam membeli suatu produk sudah pasti akan melihat dan membandingkan harga sehingga produk yang lebih murah akan dipilih oleh konsumen dengan nilai kemanfaatan yang lebih tinggi untuk produk sejenis

7. Minyak pelumas Mesran memiliki banyak jenis dibanding minyak pelumas lain
   - Tingkat kepercayaan (bi) dengan skor 0,9, nilai ini tergolong kecil namun masih bersifat positif namun konsumen masih kurang percaya bahwa minyak pelumas Mesran memiliki banyak jenis dibanding dengan minyak pelumas lain, karena dipasaran hanya terlihat beberapa produk saja.
   - Tingkat penilaian (ei) dengan skor 1,03, untuk penilaian ini tergolong positif karena sebagian konsumen menilai bahwa minyak pelumas banyak jenisnya

dibanding minyak pelumas lain, selain itu juga konsumen menilai apabila produk yang ditawarkan banyak jenisnya maka mereka mempunyai kebebasan untuk menentukan sendiri kegunaan dan jenis pelumas yang diinginkan untuk kebutuhan mesin kendaraannya.

8. Mutu minyak pelumas Mesran dibanding minyak pelumas lain

- Tingkat kepercayaan (bi) dengan skor 1,09, artinya bernilai positif karena mutu minyak pelumas Mesran telah diuji oleh 3 kelompok lembaga independen yaitu : SAE (Society of Automotive Engineer) yang membuat klasifikasi pelumas mesin menurut kekentalannya (viskositas) pada temperatur 100 °C dan beberapa temperatur rendah dibawa 0 °C lalu API (American Petroleum Institute) lembaga ini mengklasifikasikan pelumas mesin berdasarkan kinerjanya kemudian OEM (Original Engine Manufacturer) lembaga ini mengklasifikasikam pelumas mesin berdasarkan kinerjanya pada *bench test* dan *engine test* yang khusus disesuaikan dengan persyaratan pabrik mesin kendaraan di wilayah atau negara tertentu.
- Tingkat penilaian (ei) dengan skor 0,64, ini masih tergolong positif karena konsumen menilai bahwa minyak pelumas Mesran belum dipublikasikan atau di promosikan secara maksimal dan menyeluruh dibanding dengan kegiatan promosi perusahaan dari minyak pelumas lain, disini dikarenakan minyak pelumas Mesran yang diproduksi PERTAMINA merupakan pemimpin pasar dari minyak pelumas dengan menguasai 60% pasar, sementara sisanya 40% dibagi rata oleh produk minyak pelumas lain.

Sedangkan perolehan Ao secara keseluruhan dari 8 (delapan) atribut yang ada adalah Ao = 8,97, nilai ini tergolong baik atau positif, sikap konsumen secara

keseluruhan berdasarkan perhitungan dengan menggunakan analisi Fishbien adalah positif, namun untuk lebih jelasnya dan untuk mengetahui niali atau skor sikap konsumen berada pada skala penilaian yang ada, dapat dihitung terlebih dahulu nilai atau skor maksimum untuk sikap konsumen yaitu pada tabel IV.13 :

Tabel IV.13.

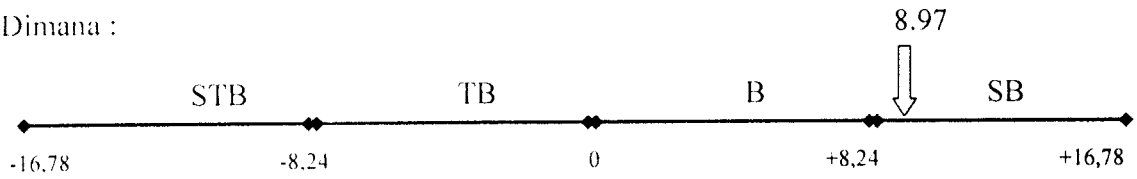
Nilai atau Skor Sikap Maksimum Konsumen

Atribut	Kepercayaan Ideal (1)	Penilaian (2)	Total (1) x (2)
HARGA	2	1,02	2,04
MUTU	2	0,64	1,28
DISTRIBUSI	2	1,11	2,22
JENIS	2	1,03	2,06
PELAYANAN	2	1,09	2,18
KEAMANAN PRODUK	2	1,15	2,30
DESIGN	2	1,12	2,24
PRESTISE	2	1,08	2,16
			16,78

Sumber : Hasil olahan data primer, 2005

Rentang skor +2 berarti sangat baik dan –2 berarti sangat tidak baik, maka rentang skor maksimum adalah +16,78 dan sikap minimum adalah –16,78

Dimana :



Berdasarkan skala diatas, skor sikap konsumen terhadap minyak pelumas Mesran dari hasil penelitian yaitu +8,97 berada pada skala diantara baik dan sangat baik, ini berarti sikap konsumen terhadap minyak pelumas Mesran adalah baik atau positif.

D.Analisis Perbedaan Sikap Konsumen Pemilik Mobil Terhadap Minyak Pelumas Mesran Dengan Minyak Pelumas Lain

Analisis dengan menggunakan Chi Square (Kai Kuadrat) penulis akan menguji perbedaan sikap konsumen pemilik mobil terhadap minyak pelumas Mesran dengan minyak pelumas lain dengan membandingkan frekuensi hasil observasi dengan frekuensi yang diharapkan berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan. Analisis perbedaan sikap konsumen dapat digunakan rumus Chi Square (Zainal Mustafa, 1995 : 89) sebagai berikut :

$$X^2 = \sum \frac{(F_o - F_h)^2}{F_h}$$

Keterangan :

X^2 = Chi Square untuk perbedaan

Fo = Frekuensi yang diobservasi

Fh = Frekuansi yang diharapkan

Mengitung frekuensi yang diharapkan adalah dengan rumus :

$$Fh = \frac{\text{jumlah sebaris x jumlah sekolom}}{\text{jumlah data}}$$

Nilai atau skor sikap dikelompokkan berdasarkan perhitungan masing-masing jawaban responden sebagai berikut :

- Kelompok nilai atau skor tertinggi 2,67 —— 4
- Kelompok nilai atau skor sedang 1,34 —— 2,66
- Kelompok nilai atau skor rendah -0,25 —— 1,33

Hasil pengelompokkan diatas dari jawaban responden yang kemudian dimasukkan kedalam skor masing-masing yaitu :

1. Kelompok konsumen pemilik kendaraan mobil yang menggunakan minyak pelumas Mesran

   a. Kelompok nilai atau skor antara 2,67 —— 4 berjumlah = 7

   b. Kelompok nilai atau skor antara 1,34 —— 2,66 berjumlah = 18

   c. Kelompok nilai atau skor antara -0,25 —— 1,33 berjumlah = 8

2. Kelompok konsumen pemilik kendaraan mobil yang menggunakan minyak pelumas lain

   a. Kelompok nilai atau skor antara 2,67 —— 4 berjumlah = 2

   b. Kelompok nilai atau skor antara 1,34 —— 2,66 berjumlah = 5

   c. Kelompok nilai atau skor antara -0,25 —— 1,33 berjumlah = 26

Tabel IV.14.

Perbedaan Sikap Konsumen
Terhadap Minyak Pelumas Mesran

Skor sikap konsumen	Kategori konsumen pemilik mobil		Jumlah Responden
	Menggunakan minyak pelumas Mesran	Menggunakan minyak pelumas lain	
Tinggi	7	2	9
Sedang	18	5	23
Rendah	8	26	34
Junlah	33	33	66

Sumber : Hasil olahan data primer, 2005

Langkah-langkah pengujian hipotesis

1. Menentukan hipotesis

Ho = tidak ada perbedaan sikap antara konsumen pemilik mobil terhadap minyak pelumas Mesran dengan minyak pelumas lain

H1 = ada perbedaan sikap antara konsumen pemilik kendaraan mosbil terhadap minyak pelumas Mesran dengan minyak pelumas lain

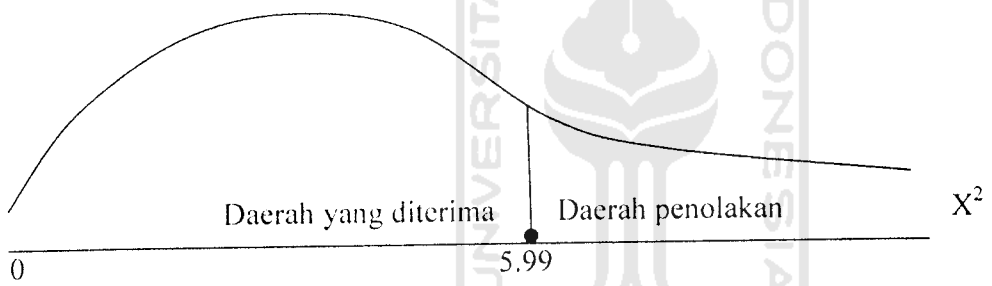
2. Tarap signifikan sebesar 5 %

df = (k – 1) (b – 1)

= (2 – 1) (3 – 1)

X^2 tabel = 5,99

3. Kriteria pengujian



Ho = diterima apabila $X^2 \leq 5,99$

H1 = ditolak apabila $X^2 > 5,99$

4. Perhitungan untuk Fh

$$Fh = \frac{\text{jumlah sebaris x jumlah sekolom}}{\text{jumlah data}}$$

Tabel IV.15.

Frekuensi yang diharapkan (Fh)

Konsumen pemilik mobil yang menggunakan minyak pelumas Mesran	Konsumen pemilik mobil yang menggunakan minyak pelumas lain
Fh (1.1) = $\frac{9.33}{66}$ = 4,5	Fh (2.1) = $\frac{9.33}{66}$ = 4,5
Fh (1.2) = $\frac{23.33}{66}$ = 11,5	Fh (2.2) = $\frac{23.33}{66}$ = 11,5
Fh (1.3) = $\frac{34.33}{66}$ = 17	Fh (2.3) = $\frac{34.33}{66}$ = 17

Tabel IV.16.

Perhitungan Chi Square (X^2)

Konsumen Pemilik Mobil Yang Menggunakan Minyak Pelumas Mesran dan Yang Menggunakan Minyak Pelumas Lain

Kelompok skor sikap	Fo	Fh	Fo-Fh	$(Fo-Fh)^2$	$X^2 = \sum \frac{(F_o - F_h)^2}{F_h}$
Tinggi Sedang Rendah	7 18 8	4,5 11,5 17	2,5 6,5 -9	6,25 42,25 81	1,39 3,67 4,76
Jumlah pengguna minyak pelumas Mesran	33	33	0		X^2 = 9,82
Tinggi Sedang Rendah	2 5 26	4,5 11,5 17	-2,5 -6,5 9	6,25 42,25 81	1,39 3,67 4,76
Jumlah pengguna minyak pelumas lain	33	33	0		X^2 = 9,82
Total keseluruhan					X^2 = 19,64

Sumber : Hasil olahan data primer, 2005

Perhitungan analisis sikap konsumen melalui perhitungan Chi Square (X^2), dapat diketahui bahwa hasil penelitian sebesar 19,64 lebih besar dari hasil X^2 tabel sebesar 5,99, maka Ho ditolak artinya bahwa ada perbedaan sikap konsumen pemilik mobil terhadap minyak pelumas Mesran dengan minyak pelumas lain. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan cara pandang konsumen yang mengacu pada kepentingan akan minyak pelumas. Pada umumnya konsumen lebih mendahulukan mutu dari sebuah minyak pelumas, terbukti dari penelitian yang dilakukan penulis bahwa mutu minyak pelumas mesran masih kurang disbanding dengan minyak pelumas merek lain.

Namun ada juga konsumen menganggap bahwa minyak pelumas selain mesran terutama yang import hanya menjual merek, sedangkan mutu relativ sama. Namun terlepas dari semua itu, minyak pelumas mesran harus lebih banyak memperbaiki beberapa atribut, antara lain : mutu, keamanan produk, dan harga. Dari ketiga atribut tersebut yang paling mendesak untuk dibenahi adalah masalah mutu, mengingat persaingan antar produsen minyak pelumas kian ketat.

Disamping itu ada beberapa atribut yang harus dipertahankan atau bahkan kalau bias terus ditingkatkan. Adapun atribut tersebut adalah : design, pelayanan, prestise, dan distribusi. Keempat atribut tersebut sudah cukup baik dibandingkan dengan minyak pelumas lain.