

BAB IV

ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian tentang “Hubungan Antara Karakteristik Konsumen Dengan Motivasi Beli di Toko Merah Yogyakarta” ini analisa yang dipakai menggunakan dua pendekatan yaitu analisa deskriptif dan analisa statistik.

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui tanggapan konsumen terhadap motivasi beli yang meliputi harga, lokasi, pelayanan, dan fasilitas yang pada nantinya digunakan sebagai bahan analisis perilaku konsumen.

4.1. ANALISIS DESKRIPTIF.

Analisa deskriptif yaitu analisis dengan merinci dan menjelaskan secara lebih rinci mengenai keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Data tersebut biasanya tercantum dalam bentuk tabel dan analisa yang didasarkan pada data yang terdapat dalam tabel tersebut. Dalam penelitian ini dilakukan penyebaran angket sebanyak 100 angket, hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan data yang akurat, selain itu untuk menghindari terdapatnya setotal angket yang dinilai cacat.

4.1.1. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin

Perbedaan jenis kelamin antara pria dan wanita berkenaan dengan ciri-ciri jasmaninya memungkinkan adanya motivasi dalam menetapkan keputusan, disamping adanya perbedaan adapula

persamaan-persamaannya. Hasil survey menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN	TOTAL RESPONDEN	PROSENTASE
Pria	29	29%
Wanita	71	71%
TOTAL	100	100%

Sumber data primer: hasil kuesioner konsumen "Toko Merah" 2004

Dari tabel 4.1 di atas jelas menunjukkan bahwa responden yang ada sebagian besar wanita, yaitu setotal 71 % atau 71 orang dan pria bertotal 29% atau 29 orang.

4.1.1.1 Tanggapan konsumen terhadap motivasi berdasarkan harga

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat berubah dengan cepat dan merupakan satuan monometer yang bias ditukarkan guna memperoleh hak kepemilikan atau kepenggunaan suatu barang atau jasa. Harga memiliki dua peranan penting, yaitu : peranan alokasi dan peranan informasi dari harga.

Tabel 4.2

Tanggapan Konsumen Terhadap Motivasi Berdasar Harga

KETERANGAN	MOTIVASI BERDASAR HARGA				TOTAL
	Sangat Mahal	Mahal	Murah	Cukup Murah	
Jenis Kelamin					
Pria	-	3	18	8	29
Wanita	-	4	42	25	71
TOTAL	-	7	60	33	100

Sumber data primer: hasil kuesioner konsumen "Toko Merah" 2004

Dari tabel di atas terlihat bahwa dari 100 responden, 42 orang wanita yang menyatakan murah, sisanya 18 orang pria. Dari 7 responden yang menyatakan mahal terdiri dari 3 orang pria 4 orang wanita. Dari 60 responden yang menyatakan murah terdiri dari 18 pria dan 42 wanita. Dari 33 responden yang menyatakan cukup murah terdiri dari 8 pria dan 25 wanita. Sedangkan yang menyatakan sangat mahal tidak ada.

4.1.1.2 Tanggapan konsumen terhadap motivasi berdasar lokasi

Penetapan lokasi merupakan keuntungan tersendiri. Dengan memilih lokasi yang tepat akan sangat menguntungkan pihak distributor khususnya, karena dengan pemilihan lokasi yang tepat akan mempermudah dalam jalannya suatu usaha. Konsumen akan mudah menjangkau, bahkan dengan lokasi yang tepat konsumen juga akan dapat mudah mengingat.

Tabel 4.3

Tanggapan Konsumen Terhadap Motivasi Berdasar Lokasi

KETERANGAN	MOTIVASI BERDASAR LOKASI				TOTAL
	Sangat Mudah	Mudah	Agak Susah	Susah	
Pria	2	19	7	1	29
Wanita	6	58	6	1	71
TOTAL	8	77	13	2	100

Sumber data primer: hasil kuesioner konsumen "Toko Merah" 2004

Dari data di atas terlihat 2 pria menyatakan lokasi "Toko Merah" sangat mudah dicapai, 19 pria menyatakan mudah dicapai, dan sisanya 7 pria menyatakan agak susah dicapai serta dari 29 total responden pria seorang menyatakan susah dicapai. Dari 71 responden wanita, 6 orang menyatakan sangat mudah dicapai, 58 orang menyatakan mudah dicapai, 6 orang menyatakan agak susah dicapai dan seorang menyatakan susah dicapai. Dari tabel tersebut terlihat bahwa baik pria maupun wanita sebagian besar menyatakan lokasi mudah dicapai.

4.1.1.3 Tanggapan konsumen terhadap motivasi berdasarkan pelayanan

Tercapainya kepuasan konsumen sangatlah penting karena konsumen yang puas akan melakukan pembelian kembali ditempat yang sama, bahkan akan mengurangi biaya periklanan karena konsumen yang puas akan menceritakan

atau mengajak orang lain untuk berbelanja ditempat yang sama dimana ia berbelanja. Hal ini tidak lepas dari bagaimana distributor memberikan pelayanan pada konsumen.

Tabel 4.4

Tanggapan Konsumen Terhadap Motivasi Berdasar Pelayanan

KETERANGAN	MOTIVASI BERDASAR PELAYANAN				TOTAL
	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Kurang Memuaskan	Sangat Tidak Memuaskan	
Pria	2	20	6	1	29
Wanita	2	45	23	1	71
TOTAL	4	65	29	2	100

Sumber data primer: hasil kuesioner konsumen "Toko Merah" 2004

Dari tabel di atas menunjukkan apakah pelayanan yang diberikan "Toko Merah" sudah baik atau belum. Data di atas menunjukkan bahwa dari 29 total responden pria, 2 orang menyatakan sangat memuaskan, 20 menyatakan memuaskan, 6 orang menyatakan kurang memuaskan dan sisanya seorang menyatakan sangat tidak memuaskan. Kemudian dari 71 total responden wanita, 2 orang menyatakan sangat memuaskan, 45 orang menyatakan memuaskan, 23 orang menyatakan kurang memuaskan dan seorang menyatakan sangat tidak memuaskan. Data di atas menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh "Toko Merah" sudah cukup baik,

hal ini dibuktikan dengan adanya pernyataan bahwa lebih dari 50% yang menyatakan pelayanan “Toko Merah” memuaskan.

4.1.1.4 Tanggapan konsumen terhadap motivasi konsumen berdasarkan fasilitas

Fasilitas merupakan unsure pendukung yang akan menambah nilai, dan akan menjadi pertimbangan tambahan bagi konsumen untuk menentukan tempat belanja.

Tabel 4.5
Tanggapan Konsumen Terhadap Motivasi Berdasar Fasilitas

KETERANGAN	MOTIVASI BERDASAR PELAYANAN				TOTAL
	Sangat Banyak	Banyak	Sedikit	Sangat Sedikit	
Pria	2	22	5	-	29
Wanita	11	51	9	-	71
TOTAL	13	73	14	-	100

Sumber data primer: kuesioner konsumen “Toko Merah” 2004

Dari tabel di atas terlihat bahwa fasilitas yang dimiliki “Toko Merah” sudah banyak. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan bahwa dari 29 total responden pria yang menyatakan sangat banyak ada 2 orang, yang menyatakan banyak ada 22 orang dan yang menyatakan sedikit adalah 5 orang. Kemudian dari 71 total responden wanita, 11 orang menyatakan sangat banyak, 51 orang menyatakan banyak dan yang menyatakan sedikit ada 9 orang.

4.1.2 Karakteristik konsumen berdasarkan usia

Tabel 4.6

Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia

USIA	TOTAL RESPONDEN	PROSENTASE
< 20 tahun	47	47%
21-25 tahun	50	50%
26-35 tahun	2	2%
> 36 tahun	1	1%
TOTAL	100	100%

Sumber data primer: hasil kuesioner konsumen "Toko Merah" 2004

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia antara 21-25 tahun yaitu sebanyak 50% atau 50 responden. Sedangkan responden yang berusia kurang dari 20 tahun terdiri dari 47 responden atau 47%, kemudian yang berusia antara 26-35 tahun terdiri dari 2 orang, sisanya 1 responden yang berusia lebih dari 36 tahun.

4.1.2.1 Tanggapan konsumen terhadap harga.

Sebelum perusahaan mengenalkan produknya dipasaran, penetapan harga merupakan hal yang sangat penting dan harus disesuaikan dengan keadaan pasar berdasarkan riset pemasaran. Berikut ini disajikan tanggapan konsumen mengenai harga yang telah ditetapkan pada "Toko Merah".

Tabel 4.7

Tanggapan Konsumen Terhadap Harga

KETERANGAN	MOTIVASI BERDASAR HARGA			TOTAL
	Mahal	Murah	Cukup Murah	
USIA				
< 20 tahun	3	27	17	47
21-25 tahun	4	30	16	50
26-35 tahun	-	2	-	2
> 36 tahun	-	1	-	1
TOTAL	7	60	33	100

Sumber data primer: hasil kuesioner konsumen "Toko Merah" 2004

Tabel di atas membuktikan bahwa usia tidak terlalu berpengaruh dalam melakukan pembelian. Hal ini terbukti dengan adanya konsumen yang berpendapat bahwa harga di "Toko Merah" murah yaitu, 27 orang responden yang berusia kurang dari 20 tahun Sedangkan 30 orang berusia antara 21-25 tahun menyatakan murah. Dan 2 orang responden yang berusia antara 26-35 tahun, kemudian 10 orang yang berusia diatas 36 tahun juga menyatakan murah. Kemudian yang menyatakan mahal hanya 3 orang responden yang berusia kurang dari 20 tahun, 4 orang responden yang berusia antara 21 – 25 tahun. Responden yang menyatakan cukup murah terdiri dari 17 orang responden yang berusia kurang dari 20 tahun, 16 orang responden yang berusia antara 21 – 25 tahun. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa besarnya usia tidak

terlalu mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja, hal ini terbukti sebagian besar konsumen menyatakan murah.

4.1.2.2 Tanggapan konsumen terhadap lokasi

Pemilihan lokasi yang tepat sangat berpengaruh pada kelangsungan usaha suatu perusahaan karena lokasi yang tepat akan memudahkan konsumen untuk menjangkaunya. Tanggapan konsumen mengenai lokasi “Toko Merah” adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8

Tanggapan Konsumen Terhadap Lokasi

KETERANGAN	MOTIVASI BERDASAR LOKASI				TOTAL
	Sangat Mudah	Mudah	Agak susah	Susah	
USIA					
< 20 tahun	2	41	3	1	47
21 – 25 tahun	6	35	8	1	50
26 – 35 tahun	-	1	1	-	2
> 36 tahun	-	-	1	-	1
TOTAL	8	77	13	2	100

Sumber data primer: hasil kuesioner konsumen “Toko Merah” 2004

Tabel di atas menunjukkan bahwa lokasi tempat usaha “Toko Merah” mudah dicapai. Hal ini terbukti dengan adanya 77 responden menyatakan mudah yang terdiri dari 41 responden yang berusia kurang dari 20 tahun, 35 orang responden yang berusia antara 21- 25 tahun, dan 1 orang responden yang berusia antara 26 – 30 tahun. Kemudian yang menyatakan sangat mudah dicapai

hanya 8 orang, terdiri dari 2 orang responden yang berusia kurang dari 20 tahun dan 6 orang responden yang berusia antara 21 sampai 25 tahun. Sedangkan yang menyatakan agak susah berjumlah 13 responden, yaitu 3 orang responden yang berusia kurang dari 20 tahun, 8 orang responden yang berusia 21 – 25 tahun, 1 orang responden berusia 26 – 35 tahun dan 1 orang responden yang berusia 36 tahun keatas. Disini pengaruh usia sangatlah kecil karena konsumen dapat dengan mudah menjangkau lokasi tempat usaha tanpa memerlukan pengorbanan yang berlebihan.

4.1.2.3 Tanggapan konsumen terhadap pelayanan

Salah satu faktor keberhasilan suatu produk dipasarkan ditentukan oleh servis dari pihak-pihak yang menawarkan produk. Pelayanan yang memuaskan akan membuat konsumen merasa senang dan selalu ingin mengkonsumsi atau membeli produk ditempat tersebut. Tanpa adanya kepuasan konsumen sangatlah sulit bagi pemasar untuk memperoleh laba karena konsumen yang melakukan transaksi akan semakin sedikit atau berkurang.

Tabel 4.9

Tanggapan Lokasi Terhadap Pelayanan

KETERANGAN	MOTIVASI BERDASAR PELAYANAN				TOTAL
	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Kurang Memuaskan	Sangat Tidak Memuaskan	
USIA					
< 20 tahun	3	29	14	1	47
21 – 25 tahun	1	35	13	1	50
26 – 35 tahun	-	1	1	-	2
> 36 tahun	-	-	1	-	0
TOTAL	4	65	29	2	100

Sumber data primer: hasil kuesioner konsumen “Toko Merah” 2004

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa “Toko Merah” telah memberikan pelayanan yang memuaskan. Ini terbukti dengan adanya pernyataan 65 orang responden menyatakan memuaskan, yaitu 29 orang responden yang berusia kurang dari 20 tahun, 35 orang responden yang berusia antara 21 – 25 tahun dan 1 orang responden yang berusia 26 – 35 tahun. Ada 4 responden yang menyatakan sangat memuaskan yaitu 3 orang yang berusia kurang dari 20 tahun dan 1 orang responden yang berusia antara 21 – 25 tahun. Ada 29 responden yang menyatakan kurang memuaskan, yaitu 14 orang responden yang berusia kurang dari 20 tahun, 13 orang responden yang berusia antara 21 – 25 tahun, 1 orang responden yang berusia antara 26 – 35 tahun dan 1 orang yang berusia 36 tahun keatas. Sedangkan yang menyatakan sangat tidak memuaskan terdiri dari 2 orang responden, 1 orang responden yang

berusia kurang dari 20 tahun dan 1 orang responden yang berusia antara 21 – 25 tahun.

4.1.2.4 Tanggapan konsumen terhadap fasilitas

Fasilitas merupakan kelengkapan sarana yang diberikan atau disediakan oleh distributor bagi konsumen guna menambah kepuasan atau kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

Berikut merupakan hasil kuisisioner yang menunjukkan tanggapan responden sebagai konsumen “Toko Merah” tentang fasilitas yang disediakan.

Tabel 4.10

Tanggapan Konsumen Terhadap Fasilitas

KETERANGAN	MOTIVASI BERDASAR FASILITAS				TOTAL
	Sangat banyak	Banyak	Sedikit	Sangat sedikit	
USIA					
< 20 tahun	4	39	4	-	47
21 – 25 tahun	9	31	10	-	50
26 – 35 tahun	-	2	-	-	2
> 36 tahun	-	1	-	-	1
TOTAL	13	73	14	-	100

Sumber data primer: hasil kuesioner konsumen “Toko Merah” 2004

Tabel di atas menunjukkan bahwa fasilitas yang dimiliki “Toko Merah” sudah banyak, hal ini terbukti bahwa dari 100 total responden, 73 responden menyatakan banyak yaitu 39 orang

responden yang berusia kurang dari 20 tahun, 31 orang responden yang berusia antara 21 – 25 tahun, 2 orang responden yang berusia 26 – 35 tahun dan 1 orang responden yang berusia diatas 36 tahun. Kemudian yang menyatakan sangat banyak ada 13 responden, dengan perincian 4 orang responden berusia kurang dari 20 tahun, 9 orang responden berusia antara 21 – 25 tahun. Sedangkan yang menyatakan sedikit ada 14 responden, dengan perincian 4 orang responden yang berusia kurang dari 20 tahun dan 10 orang yang berusia antara 21 – 25 tahun.

4.2 ANALISA STATISTIK.

Yaitu analisis yang berdasarkan pada perhitungan obyektif, dimana dalam penelitian ini menggunakan uji Chi Square. Dalam pengujian kai kuadrat ini kita akan menghadapi suatu pengujian apakah perbedaan antara frekwensi hasil observasi (F_o) dengan frekuensi yang diharapkan oleh peneliti (F_h) dari total sampel yang diteliti yaitu 100 responden merupakan perbedaan yang signifikan atau tidak. Perbedaan antaran F_o dan F_h dikatakan meyakinkan jika harga kai kuadrat (X^2) sama atau lebih besar dari suatu harga kritik yang ditetapkan dalam taraf signifikan tertentu. Sebaliknya perbedaan antara f_o dan f_h dikatakan tidak meyakinkan jika harga X^2 lebih kecil dibandingkan dengan harga kritiknya. Dengan kata lain **Ho akan ditolak jika X^2 hitung $\geq X^2$ dalam tabel, dan Ho diterima jika harga X^2 hitung $< X^2$ dalam tabel.**

4.2.3. Analisa statistik berdasarkan karakteristik konsumen

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai perhitungan uji statistik dari data, kemudian dari F_o yang telah diperoleh dapat dicari nilai F_h dari masing-masing atribut. Kemudian dapat dipecahkan besar X^2 hitung melalui F_o dan F_h tersebut.

4.2.3.1 Hubungan karakteristik konsumen dengan motivasi beli

berdasarkan pada jenis kelamin

Tabel 4.11

Hubungan Karakteristik Konsumen dengan motivasi beli berdasarkan pada jenis kelamin

HARGA YANG DITETAPKAN	PRIA	WANITA	TOTAL
Cukup murah	8	25	33
Murah	18	42	60
Mahal	3	4	7
TOTAL	29	71	100

Dalam karakteristik jenis kelamin, responden terbagi dalam dua kategori yaitu pria dan wanita

Rumus mencari f_h :

$$\frac{\text{Total baris} \times \text{total kolom}}{\text{Total data}}$$

Contoh:

a. Cukup Murah

Pria

$$f_h = \frac{33 \times 29}{100} = 9,6$$

Wanita

$$f_h = \frac{33 \times 71}{100} = 23,4$$

b. Murah

$$\text{Pria} \quad fh = \frac{60 \times 29}{100} = 17,4$$

$$\text{Wanita} \quad fh = \frac{60 \times 71}{100} = 42,6$$

c. Mahal

$$\text{Pria} \quad fh = \frac{7 \times 29}{100} = 2,03$$

$$\text{Wanita} \quad fh = \frac{7 \times 71}{100} = 4,97$$

Berdasarkan harga f_o dan f_h di atas dapat dihitung berdasarkan harga X^2 yang dapat dilihat dalam tabel berikut.

1. Hubungan karakteristik konsumen dengan harga yang ditetapkan berdasarkan pada jenis kelamin

Tabel 4.12

Perhitungan X^2

ATRIBUT	KARAKTERISTIK	f_o	F_h	$f_o - f_h$	$(f_o - f_h)^2$	$(f_o - f_h)^2 / f_h$
Cukup murah	Pria	8	9.6	-1.6	2.56	0.266667
	Wanita	25	23.4	1.6	2.56	0.109402
Murah	Pria	18	17.4	0.6	0.36	0.02069
	Wanita	42	42.6	-0.6	0.36	0.008451
Mahal	Pria	3	2.03	0.97	0.9409	0.463498
	Wanita	4	4.97	-0.97	0.9409	0.189316
TOTAL		100	100	0	7.7218	1.058022

Dari perhitungan tabel di atas dapat diketahui bahwa total kuadrat hasil statistik uji $X^2 = 1.058022$ dan taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Derajat kebebasan (df) = (b-1) (k-1), dimana b = baris dan k = kolom,

maka

$$X^2 [a : (b-1) (k-1) = X^2 (0,05; (3-1)(2-1)$$

$$= X^2 (0,05 : 2)$$

$$= 5,991 \text{ (lihat tabel)}$$

Ternyata hasil statistik hitung lebih kecil dari hasil statistik tabel, yaitu $1.058022 < 5,991$. Karena harga X^2 hitung $< X^2$ tabel maka H_0 diterima artinya antara jenis kelamin dengan harga tidak ada hubungan yang signifikan dalam melakukan pembelian di “Toko Merah”

2. Hubungan karakteristik konsumen dengan perbandingan harga toko lain berdasarkan pada jenis kelamin

Tabel 4.13

Perhitungan X^2

ATRIBUT	KARAKTERISTIK	fo	Fh	Fo-fh	(fo-fh) ²	(fo-fh) ² /fh
Lebih murah	Pria	17	19.7	-2.7	7.29	0.370051
	Wanita	51	48.3	2.7	7.29	0.150932
Sama saja	Pria	11	7.8	3.2	10.24	1.312821
	Wanita	16	19.2	-3.2	10.24	0.533333
Agak lebih mahal	Pria	1	1.5	-0.5	0.25	0.166667
	Wanita	4	3.5	0.5	0.25	0.071429
TOTAL		100	100	0	35.56	2.605232

Dari perhitungan tabel di atas dapat diketahui bahwa total kuadrat hasil statistik uji $X^2 = 2.605232$ dan taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Derajat kebebasan (df) = (b-1) (k-1), dimana b = baris dan k = kolom,

maka $X^2 [a : (b-1) (k-1) = X^2 (0,05: (3-1)(2-1))$

$$= X^2 (0,05 : 2)$$

$$= 5,991 \text{ (lihat tabel)}$$

Ternyata hasil statistik hitung lebih kecil dari hasil statistik tabel, yaitu $2.605232 < 5,991$. Karena harga X^2 hitung $< X^2$ tabel maka H_0 diterima artinya antara jenis kelamin dengan perbandingan harga toko lain tidak ada hubungan yang signifikan dalam melakukan pembelian di “Toko Merah”

3. Hubungan karakteristik konsumen dengan perjalanan yang ditempuh berdasarkan pada jenis kelamin

Tabel 4.14
Perhitungan X^2

ATRIBUT	KARAKTERISTIK	fo	fh	fo-fh	(fo-fh) ²	(fo-fh) ² /fh
Susah dicapai	Pria	1	0.6	0.4	0.16	0.266667
	Wanita	1	1.4	-0.4	0.16	0.114286
Agak susah dicapai	Pria	7	3.8	3.2	10.24	2.694737
	Wanita	6	9.2	-3.2	10.24	1.113043
Mudah dicapai	Pria	19	22.3	-3.3	10.89	0.488341
	Wanita	58	54.7	3.3	10.89	0.199086
Sangat mudah dicapai	Pria	2	2.3	-0.3	0.09	0.03913
	Wanita	6	5.7	0.3	0.09	0.015789
TOTAL		100	100	0	42.76	4.931079

Dari perhitungan tabel di atas dapat diketahui bahwa total kuadrat hasil statistik uji $X^2 = 4.931079$ dan taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Derajat kebebasan (df) = (b-1) (k-1), dimana b = baris dan k = kolom,

$$\text{maka } X^2 [a : (b-1)(k-1) = X^2 (0,05: (4-1)(2-1)$$

$$= X^2 (0,05 : 3)$$

$$= 7,815 \text{ (lihat tabel)}$$

Ternyata hasil statistik hitung lebih kecil dari hasil statistik tabel, yaitu $4.931079 < 7,815$. Karena harga X^2 hitung $< X^2$ tabel maka H_0 diterima artinya antara jenis kelamin dengan perjalanan yang ditempuh tidak ada hubungan yang signifikan dalam melakukan pembelian di “Toko Merah”

4. Hubungan karakteristik konsumen dengan jarak rumah ke toko berdasarkan pada jenis kelamin

Tabel 4.15

Perhitungan X^2

ATRIBUT	KARAKTERISTIK	fo	fh	Fo-fh	(fo-fh) ²	(fo-fh) ² /fh
< 1 km	Pria	1	2.3	-1.3	1.69	0.734783
	Wanita	7	5.7	1.3	1.69	0.296491
Antara 1-3 km	Pria	12	11.3	0.7	0.49	0.043363
	Wanita	27	27.7	-0.7	0.49	0.01769
Antara 3-6 km	Pria	9	7.8	1.2	1.44	0.184615
	Wanita	18	19.2	-1.2	1.44	0.075
Antara 6-10 km	Pria	3	3.8	-0.8	0.64	0.168421
	Wanita	10	9.2	0.8	0.64	0.069565
> 10 km	Pria	4	3.8	0.2	0.04	0.010526
	Wanita	9	9.2	-0.2	0.04	0.004348
TOTAL		100	100	0	8.6	1.604802

Dari perhitungan tabel di atas dapat diketahui bahwa total kaidrat hasil statistik uji $X^2 = 1.604802$ dan taraf signifikansi yang

digunakan 5% atau 0,05. Derajat kebebasan (df) = (b-1) (k-1),
dimana b = baris dan k = kolom,

$$\begin{aligned} \text{maka } X^2 [a : (b-1) (k-1) &= X^2 (0,05: (5-1)(2-1)) \\ &= X^2 (0,05 : 4) \\ &= 9,488 \text{ (lihat tabel)} \end{aligned}$$

Ternyata hasil statistik hitung lebih kecil dari hasil statistik tabel, yaitu $1.604802 < 9,488$. Karena harga X^2 hitung $< X^2$ tabel maka H_0 diterima artinya antara jenis kelamin dengan jarak rumah ke toko tidak ada hubungan yang signifikan dalam melakukan pembelian di “Toko Merah”

5. Hubungan karakteristik konsumen dengan pelayanan pegawai berdasarkan pada jenis kelamin

Tabel 4.16

Perhitungan X^2

ATRIBUT	KARAKTERISTIK	fo	fh	fo-fh	(fo-fh) ²	(fo-fh) ² /fh
Sangat tidak memuaskan	Pria	1	0.6	0.4	0.16	0.266667
	Wanita	1	1.4	-0.4	0.16	0.114286
Kurang memuaskan	Pria	6	8.4	-2.4	5.76	0.685714
	Wanita	23	20.6	2.4	5.76	0.279612
Memuaskan	Pria	20	18.9	1.1	1.21	0.064021
	Wanita	45	46.1	-1.1	1.21	0.026247
Sangat memuaskan	Pria	2	1.2	0.8	0.64	0.533333
	Wanita	2	2.8	-0.8	0.64	0.228571
TOTAL		100	100	0	15.54	2.198452

Dari perhitungan tabel di atas dapat diketahui bahwa total kuadrat hasil statistik uji $X^2 = 2.198452$ dan taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Derajat kebebasan (df) = (b-1) (k-1), dimana b = baris dan k = kolom,

$$\begin{aligned} \text{maka } X^2 [a : (b-1) (k-1)] &= X^2 (0,05 : (4-1)(2-1)) \\ &= X^2 (0,05 : 3) \\ &= 7,815 \text{ (lihat tabel)} \end{aligned}$$

Ternyata hasil statistik hitung lebih kecil dari hasil statistik tabel, yaitu $2.198452 < 7,815$. Karena harga X^2 hitung $< X^2$ tabel maka H_0 diterima artinya antara jenis kelamin dengan pelayanan pegawai tidak ada hubungan yang signifikan dalam melakukan pembelian di “Toko Merah”

6. Hubungan karakteristik konsumen dengan perbandingan toko lain berdasarkan pada jenis kelamin.

Tabel 4.17
Perhitungan X^2

ATRIBUT	KARAKTERISTIK	fo	fh	fo-fh	(fo-fh) ²	(fo-fh) ² /fh
Lebih jelek	Pria	0	0.9	-0.9	0.81	0.9
	Wanita	3	2.1	0.9	0.81	0.385714
Agak Lebih jelek	Pria	6	4.6	1.4	1.96	0.426087
	Wanita	10	11.4	-1.4	1.96	0.17193
Baik	Pria	22	22.3	-0.3	0.09	0.004036
	Wanita	55	54.7	0.3	0.09	0.001645
Lebih baik	Pria	1	1.2	-0.2	0.04	0.033333
	Wanita	3	2.8	0.2	0.04	0.014286
TOTAL		100	100	0	5.8	1.937031

Dari perhitungan tabel di atas dapat diketahui bahwa total kuadrat hasil statistik uji $X^2 = 1.937031$ dan taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Derajat kebebasan (df) = (b-1) (k-1), dimana b = baris dan k = kolom,

$$\text{maka } X^2 [a : (b-1) (k-1) = X^2 (0,05 : (4-1)(2-1)$$

$$= X^2 (0,05 : 3)$$

$$= 7,815 \text{ (lihat tabel)}$$

Ternyata hasil statistik hitung lebih kecil dari hasil statistik tabel, yaitu $1.937031 < 7,815$. Karena harga X^2 hitung $< X^2$ tabel maka H_0 diterima artinya antara jenis kelamin dengan perbandingan toko lain tidak ada hubungan yang signifikan dalam melakukan pembelian di "Toko Merah"

7. Hubungan karakteristik konsumen dengan fasilitas berdasarkan pada jenis kelamin.

Tabel 4.18

Perhitungan X^2

ATRIBUT	KARAKTERISTIK	fo	fh	Fo-fh	(fo-fh) ²	(fo-fh) ² /fh
Sedikit	Pria	5	4.1	0.9	0.81	0.197561
	Wanita	9	9.9	-0.9	0.81	0.081818
Banyak	Pria	23	21.2	1.8	3.24	0.15283
	Wanita	50	51.8	-1.8	3.24	0.062548
Sangat banyak	Pria	1	3.8	-2.8	7.84	2.063158
	Wanita	12	9.2	2.8	7.84	0.852174
TOTAL		100	100	0	23.78	3.410089

Dari perhitungan tabel di atas dapat diketahui bahwa total kuadrat hasil statistik uji $X^2 = 3.410089$ dan taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Derajat kebebasan (df) = (b-1) (k-1), dimana b = baris dan k = kolom,

$$\text{maka } X^2 [a : (b-1) (k-1) = X^2 (0,05: (3-1)(2-1)$$

$$= X^2 (0,05 : 2)$$

$$= 5,991 \text{ (lihat tabel)}$$

Ternyata hasil statistik hitung lebih kecil dari hasil statistik tabel, yaitu $3.410089 < 5,991$. Karena harga X^2 hitung $< X^2$ tabel maka H_0 diterima artinya antara jenis kelamin dengan fasilitas tidak ada hubungan yang signifikan dalam melakukan pembelian di “Toko Merah”

8 Hubungan karakteristik konsumen dengan Penggunaan fasilitas berdasarkan pada jenis kelamin.

Tabel 4.19

Perhitungan X^2

ATRIBUT	KARAKTERISTIK	Fo	Fh	fo-fh	(fo-fh) ²	(fo-fh) ² /fh
Tidak maksimal	Pria	1	0.3	0.7	0.49	1.633333
	Wanita	0	0.7	-0.7	0.49	0.7
Kurang maksimal	Pria	7	9.3	-2.3	5.29	0.568817
	Wanita	25	22.7	2.3	5.29	0.23304
Maksimal	Pria	19	18.6	0.4	0.16	0.008602
	Wanita	45	45.4	-0.4	0.16	0.003524
Sangat maksimal	Pria	2	0.9	1.1	1.21	1.344444
	Wanita	1	2.1	-1.1	1.21	0.57619
TOTAL		100	100	0	14.3	5.067951

Dari perhitungan tabel di atas dapat diketahui bahwa total kuadrat hasil statistik uji $X^2 = 5.067951$ dan taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Derajat kebebasan (df) = (b-1) (k-1), dimana b = baris dan k = kolom,

$$\text{maka } X^2 [a : (b-1) (k-1) = X^2 (0,05: (4-1)(2-1)$$

$$= X^2 (0,05 : 3)$$

$$= 7,815 \text{ (lihat tabel)}$$

Ternyata hasil statistik hitung lebih kecil dari hasil statistik tabel, yaitu $5.067951 < 7,815$. Karena harga X^2 hitung $< X^2$ tabel maka H_0 diterima artinya antara jenis kelamin dengan penggunaan fasilitas tidak ada hubungan yang signifikan dalam melakukan pembelian di “Toko Merah”

4.1.3.2 Hubungan karakteristik konsumen dengan motivasi beli berdasarkan pada usia

Dalam karakteristik usia terbagi dalam empat katagori yaitu

Tabel 4.20

Hubungan karakteristik konsumen dengan motivasi beli berdasarkan pada usia

HARGA YANG DITETAPKAN	<20 tahun	21 – 25 tahun	26 – 35 tahun	>36 tahun	TOTAL
Cukup Murah	12	16	5	0	33
Murah	24	33	3	1	60
Mahal	5	2	0	0	7
TOTAL	41	51	8	1	100

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa total total baris karakteristik penghasilan ketiga atribut tersebut serta total kolom dari ketiganya maka dapat diperoleh nilai fh dari masing-masing penghasilan

Rumus mencari fh:

$$\frac{\text{Total baris X total kolom}}{\text{Total data}}$$

Contoh:

a. Cukup Murah

< 20 tahun

$$fh = \frac{33 \times 47}{100} = 15,5$$

21 - 25 tahun

$$fh = \frac{33 \times 50}{100} = 16,5$$

26 - 35 tahun

$$fh = \frac{33 \times 2}{100} = 0,7$$

> 36 tahun

$$fh = \frac{33 \times 1}{100} = 0,3$$

b. Murah

< 20 tahun

$$fh = \frac{60 \times 47}{100} = 28,2$$

21 - 25 tahun

$$fh = \frac{60 \times 50}{100} = 30$$

26 - 35 tahun

$$fh = \frac{60 \times 2}{100} = 1,2$$

> 36 tahun

$$fh = \frac{60 \times 1}{100} = 0,6$$

c. Mahal

$$< 20 \text{ tahun} \quad fh = \frac{7 \times 47}{100} = 3,3$$

$$21 - 25 \text{ tahun} \quad fh = \frac{7 \times 50}{100} = 3,5$$

$$26 - 35 \text{ tahun} \quad fh = \frac{7 \times 2}{100} = 0,14$$

$$> 36 \text{ tahun} \quad fh = \frac{7 \times 1}{100} = 0,07$$

Berdasarkan harga f_o dan f_h di atas dapat dihitung berdasarkan harga X^2 yang dapat dilihat dalam tabel berikut:

1. Hubungan karakteristik konsumen dengan harga yang ditetapkan berdasarkan pada usia

Tabel 4.21

Perhitungan X^2

ATRIBUT	KARAKTERISTIK	f_o	f_h	$f_o - f_h$	$(f_o - f_h)^2$	$(f_o - f_h)^2 / f_h$
Cukup murah	< 20 tahun	17	15.5	1.5	2.25	0.145161
	21 - 25 tahun	16	16.5	-0.5	0.25	0.015152
	26 - 35 tahun	0	0.7	-0.7	0.49	0.7
	>36 tahun	0	0.3	-0.3	0.09	0.3
Murah	< 20 tahun	27	28.2	-1.2	1.44	0.051064
	21 - 25 tahun	30	30	0	0	0
	26 - 35 tahun	2	1.2	0.8	0.64	0.533333
	>36 tahun	1	0.6	0.4	0.16	0.266667
Mahal	< 20 tahun	3	3.3	-0.3	0.09	0.027273
	21 - 25 tahun	4	3.5	0.5	0.25	0.071429
	26 - 35 tahun	0	0.14	-0.14	0.0196	0.14
	>36 tahun	0	0.07	-0.07	0.0049	0.07
Total		100	100	0	5.6845	2.320078

Dari perhitungan tabel di atas dapat diketahui bahwa total kai kuadrat hasil statistik uji $X^2 = 2.320078$ dan taraf signifikansi yang digunakan 5% atau

0,05. Derajat kebebasan (df) = (b-1) (k-1), dimana b = baris dan k = kolom,

$$\begin{aligned} \text{maka } X^2 [a : (b-1) (k-1) &= X^2 (0,05: (4-1)(3-1)) \\ &= X^2 (0,05 : 6) \\ &= 12.59 \text{ (lihat tabel)} \end{aligned}$$

Ternyata hasil statistik hitung lebih kecil dari hasil statistik tabel, yaitu $2.320078 < 12,59$. Karena harga X^2 hitung $< X^2$ tabel maka H_0 diterima artinya antara usia dengan harga tidak ada hubungan yang signifikan dalam melakukan pembelian di “Toko Merah”

2. Hubungan karakteristik konsumen dengan perbandingan harga toko lain berdasarkan pada usia.

Tabel 4.22
Perhitungan X^2

ATRIBUT	KARAKTERISTIK	fo	fh	fo-fh	(fo-fh) ²	(fo-fh) ² /fh
Lebih murah	< 20 tahun	35	31.9	3.1	9.61	0.301254
	21 - 25 tahun	32	34	-2	4	0.117647
	26 - 35 tahun	1	1.4	-0.4	0.16	0.114286
	>36 tahun	0	0.7	-0.7	0.49	0.7
Sama saja	< 20 tahun	10	12.7	-2.7	7.29	0.574016
	21 - 25 tahun	15	13.5	1.5	2.25	0.166667
	26 - 35 tahun	1	0.5	0.5	0.25	0.5
	>36 tahun	1	0.3	0.7	0.49	1.633333
Agak lebih murah	< 20 tahun	2	2.35	-0.35	0.1225	0.052128
	21 - 25 tahun	3	2.5	0.5	0.25	0.1
	26 - 35 tahun	0	0.1	-0.1	0.01	0.1
	>36 tahun	0	0.05	-0.05	0.0025	0.05
Total		100	100	0	24.925	4.40933

Dari perhitungan tabel di atas dapat diketahui bahwa total kai kuadrat hasil statistik uji $X^2 = 4.40933$ dan taraf signifikansi yang digunakan 5% atau

0,05. Derajat kebebasan (df) = (b-1) (k-1), dimana b = baris dan k = kolom, maka $X^2 [a : (b-1) (k-1) = X^2 (0,05: (4-1)(3-1)$

$$= X^2 (0,05 : 6)$$

$$= 12,59 \text{ (lihat tabel)}$$

Ternyata hasil statistik hitung lebih kecil dari hasil statistik tabel, yaitu $4.40933 < 12,59$. Karena harga X^2 hitung $< X^2$ tabel maka H_0 diterima artinya antara usia dengan perbandingan harga toko lain tidak ada hubungan yang signifikan dalam melakukan pembelian di “Toko Merah”.

3. Hubungan karakteristik konsumen dengan perjalanan yang ditempuh dengan toko lain berdasarkan pada usia

Tabel 4.23

Perhitungan X^2

ATRIBUT	KARAKTERISTIK	fo	fn	Fo-fn	(fo-fn) ²	(fo-fn) ² /fn
Susah dicapai	< 20 tahun	1	0.9	0.1	0.01	0.011111
	21 - 25 tahun	1	1	0	0	0
	26 - 35 tahun	0	0.04	-0.04	0.0016	0.04
	>36 tahun	0	0.02	-0.02	0.0004	0.02
Agak susah dicapai	< 20 tahun	3	6.1	-3.1	9.61	1.57541
	21 - 25 tahun	8	6.5	1.5	2.25	0.346154
	26 - 35 tahun	1	0.3	0.7	0.49	1.633333
	>36 tahun	1	0.1	0.9	0.81	8.1
Mudah dicapai	< 20 tahun	41	36.2	4.8	23.04	0.636464
	21 - 25 tahun	35	38.5	-3.5	12.25	0.318182
	26 - 35 tahun	1	1.5	-0.5	0.25	0.166667
	>36 tahun	0	0.8	-0.8	0.64	0.8
Sangat mudah dicapai	< 20 tahun	2	3.8	-1.8	3.24	0.852632
	21 - 25 tahun	6	4	2	4	1
	26 - 35 tahun	0	0.16	-0.16	0.0256	0.16
	>36 tahun	0	0.08	-0.08	0.0064	0.08
Total		100	100	0	56.624	15.73995

Dari perhitungan tabel di atas dapat diketahui bahwa total kai kuadrat hasil statistik uji $X^2 = 15.73995$ dan taraf signifikansi yang digunakan 5% atau

0,05. Derajat kebebasan (df) = (b-1) (k-1), dimana b = baris dan k = kolom, maka $X^2 [a : (b-1) (k-1) = X^2 (0,05: (4-1)(4-1)$

$$= X^2 (0,05 : 9)$$

$$= 16,92 \text{ (lihat tabel)}$$

Ternyata hasil statistik hitung lebih kecil dari hasil statistik tabel, yaitu $15.73995 < 16,92$. Karena harga X^2 hitung $< X^2$ tabel maka H_0 diterima artinya antara usia dengan perjalanan yang ditempuh tidak ada hubungan yang signifikan dalam melakukan pembelian di “Toko Merah”

4. Hubungan karakteristik konsumen dengan jarak rumah ke toko berdasarkan pada usia

Tabel 4.24

Perhitungan X^2

ATRIBUT	KARAKTERISTIK	Fo	fh	Fo-fh	(fo-fh) ²	(fo-fh) ² /fh
< 1 km	< 20 tahun	4	3.8	0.2	0.04	0.010526
	21 - 25 tahun	4	4	0	0	0
	26 - 35 tahun	0	0.2	-0.2	0.04	0.2
	>36 tahun	0	0.1	-0.1	0.01	0.1
Antara 1-3 km	< 20 tahun	18	18.3	-0.3	0.09	0.004918
	21 - 25 tahun	20	19.5	0.5	0.25	0.012821
	26 - 35 tahun	1	0.8	0.2	0.04	0.05
	>36 tahun	0	0.4	-0.4	0.16	0.4
Antara 3-6 km	< 20 tahun	12	12.7	-0.7	0.49	0.038583
	21 - 25 tahun	15	13.5	1.5	2.25	0.166667
	26 - 35 tahun	0	0.5	-0.5	0.25	0.5
	>36 tahun	0	0.3	-0.3	0.09	0.3
Antara 6-10 km	< 20 tahun	5	6.1	-1.1	1.21	0.198361
	21 - 25 tahun	7	6.5	0.5	0.25	0.038462
	26 - 35 tahun	1	0.3	0.7	0.49	1.633333
	>36 tahun	0	0.1	-0.1	0.01	0.1
> 10 km	< 20 tahun	8	6.1	1.9	3.61	0.591803
	21 - 25 tahun	4	6.4	-2.4	5.76	0.9
	26 - 35 tahun	0	0.3	-0.3	0.09	0.3
	>36 tahun	1	0.1	0.9	0.81	8.1
Total		100	100	0	15.94	13.64547

Dari perhitungan tabel di atas dapat diketahui bahwa total kuadrat hasil statistik uji $X^2 = 13.64547$ dan taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Derajat kebebasan (df) = (b-1) (k-1), dimana b = baris dan k = kolom,

$$\text{maka } X^2 [a : (b-1) (k-1) = X^2 (0,05: (5-1)(4-1)$$

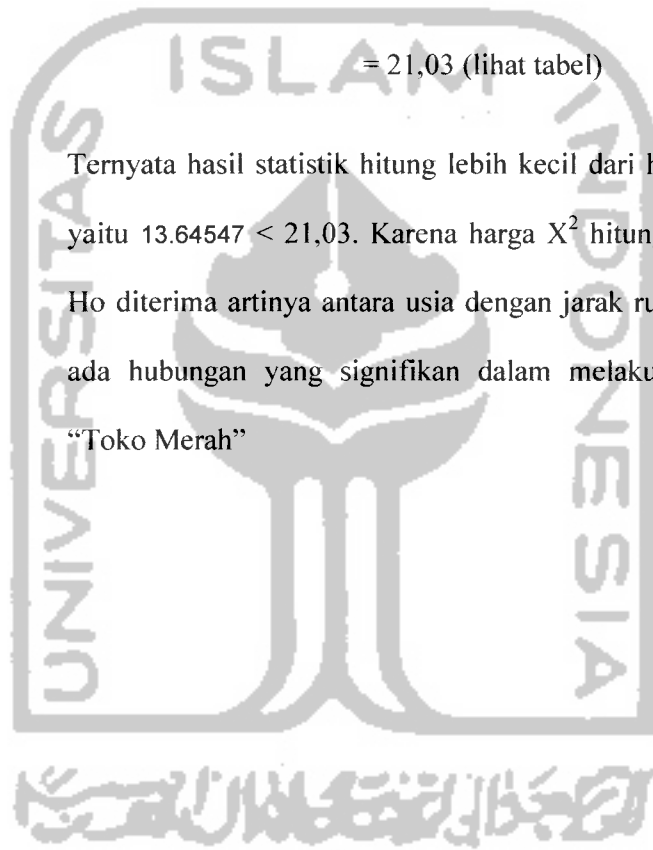
$$= X^2 (0,05 : 12)$$

$$= 21,03 \text{ (lihat tabel)}$$

Ternyata hasil statistik hitung lebih kecil dari hasil statistik tabel, yaitu $13.64547 < 21,03$. Karena harga X^2 hitung $< X^2$ tabel maka

H_0 diterima artinya antara usia dengan jarak rumah ke toko tidak ada hubungan yang signifikan dalam melakukan pembelian di

“Toko Merah”



5. Hubungan karakteristik konsumen dengan pelayanan pegawai berdasarkan pada usia

Tabel 4.25

Perhitungan X^2

ATRIBUT	KARAKTERISTIK	fo	Fh	fo-fh	(fo-fh) ²	(fo-fh) ² /fh
Sangat tidak memuaskan	< 20 tahun	1	0.9	0.1	0.01	0.011111
	21 - 25 tahun	1	1	0	0	0
	26 - 35 tahun	0	0.04	-0.04	0.0016	0.04
	>36 tahun	0	0.02	-0.02	0.0004	0.02
Kurang memuaskan	< 20 tahun	14	13.52	0.48	0.2304	0.017041
	21 - 25 tahun	13	14.5	-1.5	2.25	0.155172
	26 - 35 tahun	1	0.6	0.4	0.16	0.266667
	>36 tahun	1	0.3	0.7	0.49	1.633333
Memuaskan	< 20 tahun	29	30.6	-1.6	2.56	0.08366
	21 - 25 tahun	35	32.5	2.5	6.25	0.192308
	26 - 35 tahun	1	1.3	-0.3	0.09	0.069231
	>36 tahun	0	0.7	-0.7	0.49	0.7
Sangat tidak memuaskan	< 20 tahun	3	1.9	1.1	1.21	0.636842
	21 - 25 tahun	1	2	-1	1	0.5
	26 - 35 tahun	0	0.08	-0.08	0.0064	0.08
	>36 tahun	0	0.04	-0.04	0.0016	0.04
Total		100	100	0	14.7504	4.445366

Dari perhitungan tabel di atas dapat diketahui bahwa total kuadrat hasil statistik uji $X^2 = 4.445366$ dan taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Derajat kebebasan (df) = (b-1) (k-1), dimana b = baris dan k = kolom,

$$\text{maka } X^2 [a : (b-1) (k-1) = X^2 (0,05; (4-1)(4-1)$$

$$= X^2 (0,05 : 9)$$

$$= 16,92 \text{ (lihat tabel)}$$

Ternyata hasil statistik hitung lebih kecil dari hasil statistik tabel, yaitu $4.445366 < 16,92$ Karena harga X^2 hitung $< X^2$ tabel maka

Ho diterima artinya antara usia dengan pelayanan pegawai tidak ada hubungan yang signifikan dalam melakukan pembelian di “Toko Merah”

6. Hubungan karakteristik konsumen dengan perbandingan tingkat pelayanan toko lain berdasarkan pada usia.

Tabel 4.26

Perhitungan X^2

ATRIBUT	KARAKTERISTIK	fo	Fh	fo-fh	(fo-fh) ²	(fo-fh) ² /fh
Lebih jelek	< 20 tahun	3	1.4	1.6	2.56	1.828571
	21 - 25 tahun	0	1.5	-1.5	2.25	1.5
	26 - 35 tahun	0	0.1	-0.1	0.01	0.1
	>36 tahun	0	0.03	-0.03	0.0009	0.03
Agak lebih jelek	< 20 tahun	8	7.5	0.5	0.25	0.033333
	21 - 25 tahun	8	8	0	0	0
	26 - 35 tahun	0	0.3	-0.3	0.09	0.3
	>36 tahun	0	0.2	-0.2	0.04	0.2
Baik	< 20 tahun	34	36.15	-2.15	4.6225	0.12787
	21 - 25 tahun	41	38.5	2.5	6.25	0.162338
	26 - 35 tahun	1	1.5	-0.5	0.25	0.166667
	>36 tahun	1	0.8	0.2	0.04	0.05
Lebih baik	< 20 tahun	2	1.9	0.1	0.01	0.005263
	21 - 25 tahun	1	2	-1	1	0.5
	26 - 35 tahun	1	0.08	0.92	0.8464	10.58
	>36 tahun	0	0.04	-0.04	0.0016	0.04
Total		100	100	0	18.2214	15.62404

Dari perhitungan tabel di atas dapat diketahui bahwa total kuadrat hasil statistik uji $X^2 = 15.62404$ dan taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Derajat kebebasan (df) = (b-1) (k-1), dimana b = baris dan k = kolom,

$$\text{maka } X^2 [a : (b-1) (k-1) = X^2 (0,05: (4-1)(4-1)$$

$$= X^2 (0,05 : 9)$$