

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden

4.1.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Setelah dilakukan proses tabulasi dari kuisioner yang berjumlah 96 responden, maka didapatkan hasil frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1
Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	
		Responden	Persentase (%)
1.	Pria	47	48,96
2.	Wanita	49	51,04
Jumlah		96	100

Sumber: Data Primer Diolah (2006)

Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa persentase responden untuk wanita adalah sedikit lebih besar dengan jumlah 49 responden atau sebanyak 51,04% jika dibandingkan dengan pria dengan jumlah 47 responden atau sebanyak 48,96% dari total keseluruhan jumlah 96 responden.

4.1.2. Profil Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan membeli suatu produk. Usia berpengaruh pada kemampuan konsumen untuk memilih suatu produk, mencerna apa arti produk itu bagi konsumen. Dengan demikian usia juga perlu menjadi pertimbangan dalam mengamati perilaku konsumen dalam mempersepsikan sebuah merek produk. Berdasarkan kuisioner yang telah disebar dan diisi oleh responden, peneliti mengklasifikasikan usia responden ke dalam tiga kelompok usia, sebagaimana terlihat pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	
		Responden	Persentase (%)
1.	Di bawah 20 Tahun	38	39,58
2.	20 – 30 Tahun	43	44,79
3.	Lebih dari 30 Tahun	15	15,63
Jumlah		96	100

Sumber: Data Primer Diolah (2006)

Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa usia responden yang persentasinya terbesar adalah kelompok usia antara 20 – 30 tahun dengan jumlah 43 responden atau sebanyak 44,79%. Sedangkan proporsi kelompok

responden yang terkecil adalah responden yang berada pada kelompok usia di atas 30 tahun dengan jumlah 15 responden atau sebanyak 15,63%.

4.1.3. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan

Tingkat pendapatan responden yang terpilih sebagai sampel penelitian perlu diketahui, karena pendapatan merupakan variabel yang berpengaruh terhadap perilaku pembelian. Penghasilan yang dimaksud adalah segala penerimaan berupa uang baik dari hasil bekerja maupun pemberian orang lain (uang saku). Agar mudah dalam pengelompokannya maka tingkat pendapatan responden dibedakan menjadi tiga tingkat kelompok. Pertama adalah yang berpendapatan kurang dari Rp.500.000, kedua antara Rp.500.000-Rp.1.000.000, dan yang ketiga adalah yang berpendapatan lebih dari Rp.1.000.000. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah	
		Responden	Persentase (%)
1.	Kurang dari Rp.500.000	38	39,58
2.	Rp.500.000-Rp.1.000.000	49	51,04
3.	Lebih dari Rp.1.000.000	9	9,38
Jumlah		96	100

Sumber: Data Primer Diolah (2006)

Dari Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa prosentasi terbesar adalah kelompok responden yang mempunyai pendapatan antara Rp.500.000 sampai dengan Rp.1.000.000 dengan jumlah 49 responden atau sebanyak 51,04%. Sedangkan proporsi terkecil adalah kelompok responden yang mempunyai pendapatan lebih dari Rp.1.000.000 dengan jumlah responden 9 orang atau 9,38%.

4.2. Analisis Sikap Konsumen Dengan Pendekatan Fishbein

Pada rumusan masalah yang diajukan pada awal bab, peneliti mengajukan dua rumusan masalah, pertama, bagaimana sikap konsumen terhadap Produk jamu tradisional Sido Muncul berdasarkan atribut-atribut produk yang terdiri dari: harga, kualitas, bahan, keamanan, khasiat, rasa, praktis, menjaga kondisi tubuh, distribusi dan kemasan. Kedua, apakah ada perbedaan sikap konsumen terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul berdasarkan karakteristik demografi responden yang terdiri dari: jenis kelamin, usia dan pendapatan. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, peneliti membuat formulasi hipotesis sekaligus sebagai jawaban sementara, yaitu bahwa sikap konsumen terhadap Produk jamu tradisional Sido Muncul adalah positif. Untuk membuktikan kedua hipotesis tersebut, maka peneliti menggunakan analisis model sikap Fishbein. Model sikap Fishbein pada prinsipnya akan menghitung *Ao (Attitude toward the object)* yaitu sikap seseorang terhadap sebuah (atau beberapa objek) yang dikenali lewat beberapa atribut yang melekat

pada objek tersebut (Santoso, 2001, hal.148). Sikap konsumen terhadap produk produk jamu tradisional Sido Muncul dengan model analisis Fishbein dapat diketahui dengan mengalikan antara nilai dari pernyataan keyakinan (*belief*) dan pernyataan evaluasi akibat (*evaluation*). Setelah itu, dicari jumlah skor dari semua atribut yang kemudian dimasukkan ke dalam skala Likert.

Langkah-langkah dalam penentuan klasifikasi dari skor sikap konsumen tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Penentuan Skala

Nilai skor (sesuai dengan skala Likert) adalah bernilai 1 sampai dengan 5 sehingga dari empat atribut dengan 20 butir pertanyaan dapat diperoleh penilaian minimal dan maksimal yang ideal dari sikap seperti di bawah ini:

$$\text{Skor minimal} : (1 \times 1) \times 10 \times 96 = 960$$

$$\text{Skor maksimum} : (4 \times 4) \times 10 \times 96 = 15360$$

2. Penentuan Interval

Karena ada 4 tingkatan skala, maka $n = 4$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor maksimum} - \text{Skor minimal}}{n}$$

$$= \frac{15360 - 960}{4}$$

$$= 3600$$

3. Penentuan Kriteria

Dari hasil penentuan interval tersebut, maka dapat dibuat kriteria penilaian sikap sebagai berikut:

960 – 4559 : Sangat Negatif

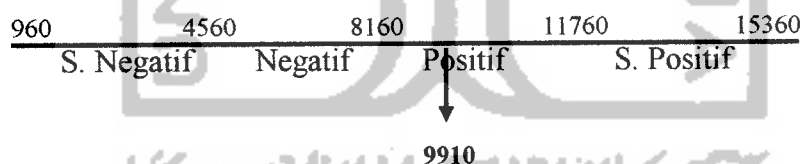
4560 – 8159 : Negatif

8160 – 11759 : Positif

11760 – 15360 : Sangat Positif

Skor total sikap konsumen dapat dicari dengan menjumlahkan semua skor sikap konsumen pada masing-masing 10 butir pertanyaan. Sehingga skor total sikap konsumen adalah sebagai berikut: $1071 + 1010 + 993 + 1029 + 906 + 827 + 1060 + 1036 + 979 + 999 = 9910$. Untuk mengetahui interpretasi total sikap konsumen tersebut, maka dibuat skala penilaian sebagai berikut:

Gambar 4.1 Gambar Skala Skor Sikap Konsumen



Dari perhitungan skor sikap (lihat Lampiran II) dapat diketahui bahwa sikap konsumen (9910) bernilai **positif** karena terletak di antara interval skor 8160 sampai dengan 11760, yang berarti juga bahwa **hipotesis** yang diajukan oleh peneliti pada awal bab yang menyatakan adanya sikap positif konsumen

terhadap Produk jamu tradisional Sido Muncul **terbukti**. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat sikap positif konsumen terhadap Produk jamu tradisional Sido Muncul berdasarkan sepuluh atribut.

4.3. Pengujian Kruskal-Wallis

Pada rumusan masalah kedua yang diajukan pada awal bab, peneliti mengajukan rumusan masalah apakah terdapat perbedaan sikap yang signifikan ditinjau dari jenis kelamin, usia dan tingkat penghasilan responden terhadap produk Jamu tradisional Sido Muncul. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, maka peneliti menggunakan analisis Kruskal-Wallis. Prosedur pengujian analisis tersebut adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Pengujian

H_0 : Tidak ada perbedaan sikap yang signifikan antara jenis kelamin, usia, dan pendapatan responden yang satu dengan responden lainnya terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul di kota Semarang.

H_a : Ada perbedaan sikap yang signifikan antara jenis kelamin, usia, dan pendapatan responden yang satu dengan responden lainnya terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul di kota Semarang.

2. Menentukan Nilai Kritis Pengujian

Untuk menentukan nilai Chi Square Tabel, tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5% dengan *degree of freedom* (df) = $k-1$

3. Menentukan Kriteria Pengujian

H_0 : ditolak jika nilai Chi Square Hitung \geq Chi Square Tabel

H_0 : diterima jika nilai nilai Chi Square Hitung $<$ Chi Square Tabel

4. Kesimpulan Pengujian

a. Hasil Pengujian Pada Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan analisis dengan bantuan *statistical software* SPSS Release 11.5, diperoleh nilai Chi Square Hitung 0,361 dan nilai Chi Square Tabel dengan $df = 1$ maka nilai Chi Square Tabel = 3,841. Karena nilai Chi Square Hitung lebih kecil dibandingkan nilai Chi Square Tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat perbedaan sikap yang signifikan antara responden yang satu dengan responden lainnya pada profil responden berdasarkan jenis kelamin pada taraf nyata 5%. Artinya, baik responden pria maupun wanita secara relatif memiliki sikap yang sama terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul.

b. Hasil Pengujian Pada Profil Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan analisis dengan bantuan *statistical software* SPSS Release 11.5, diperoleh nilai Chi Square Hitung 3,325 dan nilai Chi Square Tabel dengan $df = 2$ maka nilai Chi Square Tabel = 5,991. Karena nilai Chi Square Hitung lebih kecil dibandingkan nilai Chi Square Tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat perbedaan sikap yang signifikan antara responden yang satu

dengan responden lainnya pada profil responden berdasarkan usia pada taraf nyata 5%. Artinya, baik responden yang berusia di bawah 20 tahun, 20-30 tahun maupun responden yang berusia lebih dari 30 tahun secara relatif memiliki sikap yang sama terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul.

c. Hasil Pengujian Pada Profil Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan analisis dengan bantuan *statistical software* SPSS Release 11.5, diperoleh nilai Chi Square Hitung 2,720 dan nilai Chi Square Tabel dengan $df = 2$ maka nilai Chi Square Tabel = 5,991. Karena nilai Chi Square Hitung lebih kecil dibandingkan nilai Chi Square Tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat perbedaan sikap yang signifikan antara responden yang satu dengan kategori profil pada profil responden berdasarkan tingkat pendapatan pada taraf nyata 5%. Artinya, baik responden yang memiliki pendapatan di bawah Rp.500.000, Rp.500.000-Rp.1.000.000, maupun responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp.1.000.000 secara relatif memiliki sikap yang sama terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul.

4.4. Pembahasan Hipotesis

Dari uraian laporan hasil analisis sikap Fishbein, dapat dilihat bahwa rata-rata responden memberikan penilaian sikap yang positif pada Jamu

tradisional Sido Muncul. Hal itu dapat kita lihat dari posisi nilai skor sikap 9910 yang berada di antara interval 8160 sampai dengan 11760, yang berarti bahwa sikap konsumen adalah baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa **hipotesis** yang diajukan oleh peneliti pada awal bab **terbukti**. Penilaian sikap yang baik tersebut disebabkan karena rata-rata responden memberikan penilaian yang relatif baik pada kesepuluh atribut yang ada (harga, kualitas, bahan, keamanan, khasiat, rasa, praktis, menjaga kondisi tubuh, distribusi dan kemasan).

Jika dilihat nilai sikap pada dua komponen pengukuran sikap yaitu *belief* dan *evaluation* dapat dilihat bahwa tidak ada perbedaan nilai sikap yang cukup signifikan pada dua komponen pengukuran sikap tersebut. Nilai sikap pada komponen pengukuran *belief* secara relatif sama jika dibandingkan dengan nilai sikap komponen pengukuran *evaluation*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa nilai kepercayaan terhadap atribut atau evaluasi konsumen sebelum membeli jamu tradisional Sido Muncul relatif sama jika dibandingkan dengan nilai evaluasi keyakinan terhadap atribut atau evaluasi setelah konsumen membeli Jamu tradisional Sido Muncul.

Dari hasil analisis Kruskal-Wallis menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan sikap yang signifikan terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul berdasarkan profil demografi responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia dan pendapatan. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa baik responden pria maupun responden wanita mempunyai sikap yang sama terhadap produk jamu

tradisional Sido Muncul. Begitujuga pada usia responden. Baik responden yang berusia di bawah 20 tahun, responden yang berusia antara 20-30 tahun, atau responden yang berusia diatas 30 tahun mempunyai sikap yang sama terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul. Berdasarkan tingkat pendapatan juga dapat diketahui bahwa sikap antara responden yang mempunyai pendapatan dibawah Rp 500.000, dengan responden yang mempunyai pendapatan Rp 500.000-Rp 1000.000, maupun dengan responden yang mempunyai pendapatan diatas Rp 1000.000 adalah sama terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul. Jadi tidak ada perbedaan sikap terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul berdasarkan profil responden baik jenis kelamin, usia, maupun pendapatan.

Dilihat dari hasil analisis sikap konsumen terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul dapat dilihat bahwa konsumen memiliki sikap baik terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul. Hal ini dapat dikarenakan jamu tradisional Sido Muncul mempunyai harga yang relatif terjangkau, kualitas yang baik, bahan yang alami, keamanan untuk dikonsumsi, khasiat yang teruji menyembuhkan penyakit, rasa yang enak, kepraktisan produk, dapat menjaga kondisi tubuh, serta distribusi dan kemasan yang baik. Hal-hal tersebut yang dirasa oleh konsumen positif sehingga secara keseluruhan konsumen mempunyai sikap baik terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul, baik konsumen pria maupun konsumen wanita, berapapun usia konsumen tersebut, serta berapapun pendapatan konsumen.

Langkah yang sangat perlu dilakukan oleh produsen jamu tradisional Sido Muncul adalah melakukan promosi terhadap produk-produk jamu tradisional yang telah diproduksi maupun produk-produk jamu tradisional baru. Hal ini penting agar konsumen dapat memperoleh informasi yang sejelas-jelasnya tentang produk jamu tradisional yang diproduksi tersebut, keunggulan produk jamu tradisional dibandingkan dengan produk jamu tradisional lain, serta informasi harga yang dibutuhkan konsumen.

Dengan langkah-langkah diatas diharapkan sikap konsumen terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul akan semakin baik (positif), sehingga mampu meningkatkan tingkat penjualan serta tingkat konsumsi konsumen terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul. Dengan demikian produk-produk baru jamu tradisional Sido Muncul akan diakui oleh masyarakat sebagai produk jamu tradisional yang baik seperti produk-produk Sido Muncul terdahulu.

