

## BAB IV

### ANALISIS DATA

#### 4.1 Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif merupakan uraian analisis data berdasarkan hasil jawaban yang diperoleh dari responden kemudian disajikan dalam bentuk tabulasi data dari masing-masing karakteristik konsumen terhadap sikap konsumen terhadap atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan. Dalam penelitian ini, jumlah responden sebanyak 100 orang.

##### 4.1.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisis dikategorikan menurut jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

###### a. Jenis kelamin responden

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang menentukan dalam mempengaruhi sikap seseorang terhadap suatu produk.

**Tabel 4.1**  
**Klasifikasi Responden**  
**Berdasar Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Dalam Angka	Dalam Persen
Laki-laki	43	43%
Perempuan	57	57%
Jumlah	100	100%

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa dari jumlah 100 responden yang memberikan tanggapan dalam menggunakan jasa PT. Pos Indonesia

(Persero) Pekalongan adalah yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 43 orang atau 43%, sedangkan konsumen dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 57 orang atau 57%.

#### b. Usia Responden

Usia merupakan faktor psikologis yang menentukan, karena usia akan mempengaruhi cara berfikir dan bertindak. Usia juga merupakan faktor penentu dalam pengambilan keputusan.

Tabel 4.2

#### Klasifikasi Responden Berdasar usia

Usia Responden	Dalam Angka	Dalam Persen
< 25 tahun	27	27%
25-40 tahun	35	35%
> 40 tahun	38	38%
Jumlah	100	100%

Berdasar tabel diatas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjadi responden adalah konsumen dengan usia > 40 tahun yaitu sebanyak 38 orang atau 38%, sedangkan urutan kedua adalah responden dengan usia 25-40 tahun yaitu sebanyak 35 orang atau 35% dan usia < 25 tahun sebanyak 27 orang atau 27%.

### c. Pekerjaan

**Tabel 4.3**  
**Klasifikasi Responden**  
**Berdasar Pekerjaan**

Pekerjaan	Dalam Angka	Dalam Persen
Pelajar/ Mahasiswa	21	21%
Pegawai swasta/ wiraswasta	34	34%
PNS/ ABRI/ Polri	20	20%
Pensiunan/ Ibu Rumah Tangga	25	25%
	100	100%

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak adalah responden dengan pekerjaan pegawai swasta/ wiraswasta, yaitu sebanyak 34 orang atau 34%. Kemudian responden dengan pekerjaan pensiunan/ ibu rumah tangga yaitu sebanyak 25 orang atau 25%. Sedangkan yang memiliki pekerjaan pelajar/ mahasiswa sebanyak 21 responden atau 21%. Sisanya adalah responden yang memiliki pekerjaan PNS/ ABRI/ Polri yaitu 20 responden atau 20%.

#### 4.1.2 Analisa Indeks Sikap

Analisa ini digunakan untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen dalam menilai jasa yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan. Hasil penelitian atau tanggapan melalui kuesioner dibagi menjadi dua yaitu terdiri dari analisa belief atau keyakinan (bi) dan analisa evaluasi (ei).

Untuk setiap tanggapan yang diberikan oleh responden akan diberikan bobot atau nilai dengan kriteria sebagai berikut:

- Sangat Setuju (SS) = 2                      Sangat Baik (SB) = 2  
 Setuju (S) = 1                                Baik (B) = 1  
 Biasa (Bi) = 0                                Biasa (Bi) = 0  
 Tidak Setuju (TS) = -1                      Tidak baik (TB) = -1  
 Sangat Tidak Setuju (STS) = -2            Sangat Tidak Baik (STB) = -2

Dalam penelitian ini ada empat atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan yaitu kualitas pelayanan, harga produk, kualitas lokasi, dan kualitas promosi. Dari hasil penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden maka diperoleh data mengenai tingkat kepercayaan sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Bobot Tingkat Kepercayaan**  
**Terhadap Atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan**

Faktor Atribut	Tingkat Kepercayaan					Jumlah
	SS	S	Bi	TS	STS	
Kualitas Pelayanan	25	46	28	1	0	100
Harga Produk	35	41	13	11	0	100
Kualitas Lokasi	49	38	8	3	2	100
Kualitas Promosi	10	44	33	12	1	100

Dari hasil diatas dapat dihitung nilai dari masing-masing atribut berdasarkan tingkat kepercayaan responden sebagai berikut:

$$\text{Kualitas Pelayanan} = \frac{(25 \times 2) + (46 \times 1) + (28 \times 0) + (1 \times -1) + (0 \times -2)}{100}$$

$$= 0,95$$

$$\text{Harga Produk} = \frac{(35 \times 2) + (41 \times 1) + (13 \times 0) + (11 \times -1) + (0 \times -2)}{100}$$

$$= 1$$

$$\text{Kualitas Lokasi} = \frac{(49 \times 2) + (38 \times 1) + (8 \times 0) + (3 \times -1) + (2 \times -2)}{100}$$

$$= 1,29$$

$$\text{Kualitas Promosi} = \frac{(10 \times 2) + (44 \times 1) + (33 \times 0) + (12 \times -1) + (1 \times -2)}{100}$$

$$= 0,5$$

Hasil Perhitungan tersebut dapat diringkas dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Tingkat Kepercayaan Responden**  
**Terhadap Atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan**

Faktor Atribut	Tingkat kepercayaan
Kualitas Pelayanan	0,95
Harga Produk	1
Kualitas Lokasi	1,29
Kualitas Promosi	0,5

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari keempat atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan yang diteliti, atribut kualitas lokasi merupakan tingkat kepercayaan terbesar yaitu sebesar 1,29 kemudian disusul oleh atribut harga produk dengan tingkat kepercayaan sebesar 1, lalu atribut

kualitas pelayanan mempunyai tingkat kepercayaan sebesar 0,95 dan atribut kualitas promosi mempunyai tingkat kepercayaan terkecil yaitu 0,5.

Langkah selanjutnya adalah menghitung tingkat penilaian konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan. Dari kuesioner yang disebar dapat didapat hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Bobot Penilaian**  
**Terhadap Atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan**

Factor Atribut	Tingkat Penilaian					Jumlah
	SB	B	Bi	TB	STB	
Kualitas Pelayanan	38	42	18	2	0	100
Harga Produk	25	46	28	1	0	100
Kualitas Lokasi	29	48	18	4	1	100
Kualitas Promosi	2	37	46	15	0	100

Dari tabel diatas dapat dihitung besarnya penilaian responden berdasarkan bobot yang telah ditentukan yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Kualitas Pelayanan} &= \frac{(38 \times 2) + (42 \times 1) + (18 \times 0) + (2 \times -1) + (0 \times -2)}{100} \\ &= 1,16 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Produk} &= \frac{(25 \times 2) + (46 \times 1) + (28 \times 0) + (1 \times -1) + (0 \times -2)}{100} \\ &= 0,95 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kualitas Lokasi} &= \frac{(29 \times 2) + (48 \times 1) + (18 \times 0) + (4 \times -1) + (1 \times -2)}{100} \\ &= 1,01 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kualitas Promosi} &= \frac{(2 \times 2) + (37 \times 1) + (46 \times 0) + (15 \times -1) + (0 \times -2)}{100} \\ &= 0,26 \end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut dapat diringkas dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Tingkat Penilaian Responden**  
**Terhadap Atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan**

Faktor Atribut	Tingkat Penilaian
Kualitas Pelayanan	1,16
Harga Produk	0,95
Kualitas Lokasi	1,01
Kualitas Promosi	0,26

Kemudian langkah selanjutnya adalah menghitung sikap konsumen (  $A_o$  ) terhadap atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan. Langkahnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Indeks Sikap Konsumen**  
**Terhadap PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan**

Faktor Atribut	Bobot ( $b_i$ )	Evaluasi ( $e_i$ )	$A_o = b_i \times e_i$
Kualitas Pelayanan	0,95	1,16	1,102
Harga Produk	1	0,95	0,95
Kualitas Lokasi	1,29	1,01	1,3029
Kualitas Promosi	0,5	0,26	0,13
		Jumlah	3,4849

Dari hasil perhitungan pada tabel di atas, maka dapat diketahui besarnya indeks sikap konsumen terhadap atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan yaitu sebesar 3,4849 dimana atribut kualitas lokasi mempunyai  $A_o$  terbesar yaitu 1,3029. Atribut kualitas pelayanan memiliki  $A_o$  sebesar 1,102, kemudian disusul oleh atribut harga produk yang mempunyai  $A_o$

sebesar 0,95. Nilai Ao terkecil adalah nilai dari atribut kualitas promosi yaitu sebesar 0,13.

#### 4.2 Analisa Verifikatif

Analisa ini digunakan untuk mengetahui sikap dan penilaian konsumen terhadap atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan. Hasil analisa data ini kemudian digunakan untuk menguji hipotesa yang ada. Metode yang digunakan dalam analisa ini adalah metode Chi Square atau Kai Kuadrat. metode Chi Square digunakan untuk mengetahui apakah perbedaan antara frekuensi hasil observasi (fo) dengan frekuensi yang diharapkan (fh) dari sampel terdapat perbedaan yang signifikan atau tidak.

##### 4.2.1 Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin terhadap Atribut Kualitas Pelayanan.

Dengan pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan berdasarkan jenis kelamin responden.

Tabel 4.9

Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Kualitas Pelayanan

Jenis Kelamin	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan					Jumlah
	SB	B	Bi	TB	STB	
Laki-laki	18	19	5	1	0	43
Perempuan	20	23	13	1	0	57
Jumlah	38	42	18	2	0	100

- a. Mencari frekuensi yang diharapkan (fh) dari tanggapan responden terhadap atribut-atribut dengan menggunakan rumus:

$$fh = \frac{\sum \text{baris} \times \sum \text{kolom}}{\sum \text{sampel}}$$



Berdasar rumus diatas maka dapat ditentukan frekuensi yang diharapkan untuk jenis kelamin responden yaitu sebagai berikut:

f<sub>h</sub> kualitas pelayanan:

$$\begin{aligned}
 \text{Laki-laki} &= \frac{43 \times 38}{100} = 16,34 & \text{Perempuan} &= \frac{57 \times 38}{100} = 21,66 \\
 &= \frac{43 \times 42}{100} = 18,06 & &= \frac{57 \times 42}{100} = 23,94 \\
 &= \frac{43 \times 18}{100} = 7,74 & &= \frac{57 \times 18}{100} = 10,26 \\
 &= \frac{43 \times 2}{100} = 0,86 & &= \frac{57 \times 2}{100} = 1,14 \\
 &= \frac{43 \times 0}{100} = 0 & &= \frac{57 \times 0}{100} = 0
 \end{aligned}$$

Setelah didapat hasil frekuensi yang sesungguhnya atau f<sub>o</sub> dan frekuensi harapan atau f<sub>h</sub>, maka dapat dihitung nilai Chi Square sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Perhitungan Chi Square**  
**Hubungan Jenis Kelamin terhadap Kualitas Pelayanan**

Kategori	Penilaian	f <sub>o</sub>	f <sub>h</sub>	f <sub>o</sub> -f <sub>h</sub>	(f <sub>o</sub> -f <sub>h</sub> ) <sup>2</sup>	$\frac{(f_o-f_h)^2}{f_h}$
Laki-laki	SB	18	16,34	1,66	2,7556	0,1686
	B	19	18,06	0,94	0,8836	0,0489
	Bi	5	7,74	-2,74	7,5076	0,9700
	TB	1	0,86	0,14	0,0196	0,0223
	STB	0	0	0	0	0
Perempuan	SB	20	21,66	-1,66	2,7556	0,1272
	B	23	23,94	-0,94	0,8836	0,0369
	Bi	13	10,26	2,74	7,5076	0,7317
	TB	1	1,14	-0,14	0,0196	0,0172
	STB	0	0	0	0	0
jumlah		100	100	0	0	2,1228

b. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$  :

$H_0$  : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan berdasarkan jenis kelamin.

$H_a$  : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan berdasarkan jenis kelamin.

c. Dari pengujian Chi Square diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 2,1228.

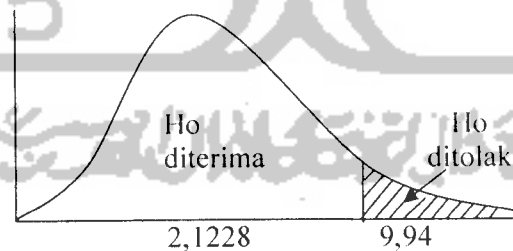
Derajat kebebasan :  $dk = (2-1) (5-1) = 4$

Dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 9,49.

d. Kesimpulannya adalah karena  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan berdasarkan jenis kelamin.

e. Gambar 4.1

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap kualitas pelayanan**



**4.2.2 . Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen Berdasar Jenis Kelamin terhadap Atribut Harga Produk**

Pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut harga produk berdasar jenis kelamin responden.

**Tabel 4.11**  
**Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Harga Produk**

Jenis Kelamin	Tanggapan Responden terhadap Harga Produk					Jumlah
	Smu	Mu	Bi	Ma	Sma	
Laki-laki	13	17	13	0	0	43
Perempuan	12	29	15	1	0	57
Jumlah	25	46	28	1	0	100

a. Mencari frekuensi yang diharapkan (fh) dari tanggapan responden terhadap atribut harga produk. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$f_h = \frac{\sum \text{baris} \times \sum \text{kolom}}{\sum \text{sampel}}$$

fh harga produk:

$$\text{Laki-laki} = \frac{43 \times 25}{100} = 10,75$$

$$\text{Perempuan} = \frac{57 \times 25}{100} = 14,25$$

$$= \frac{43 \times 46}{100} = 19,78$$

$$= \frac{57 \times 46}{100} = 26,22$$

$$= \frac{43 \times 28}{100} = 12,04$$

$$= \frac{57 \times 28}{100} = 15,96$$

$$= \frac{43 \times 1}{100} = 0,43$$

$$= \frac{57 \times 1}{100} = 0,57$$

$$= \frac{43 \times 0}{100} = 0$$

$$= \frac{57 \times 0}{100} = 0$$

Tabel 4.12

Hasil Perhitungan Chi Square

Hubungan Jenis Kelamin terhadap Atribut Harga Produk

Kategori	Penilaian	fo	fh	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	$\frac{(fo-fh)^2}{fh}$
Laki-laki	Smu	13	10,75	2,25	5,0625	0,4709
	Mu	17	19,78	-2,78	7,7284	0,3907
	Bi	13	12,04	0,96	0,9216	0,0765
	Ma	0	0,43	-0,43	0,1849	0,43
	Sma	0	0	0	0	0
Perempuan	Smu	12	14,25	-2,25	5,0625	0,3553
	Mu	29	26,22	2,78	7,7284	0,2948
	Bi	15	15,96	-0,96	0,9216	0,0578
	Ma	1	0,57	0,43	0,1849	0,3244
	Sma	0	0	0	0	0
jumlah		100	100	0	0	2,4004

b. Menentukan Ho dan Ha

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut harga produk berdasarkan jenis kelamin.

Ha : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut harga produk berdasarkan jenis kelamin.

c. Dari pengujian Chi Square diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 2,4004

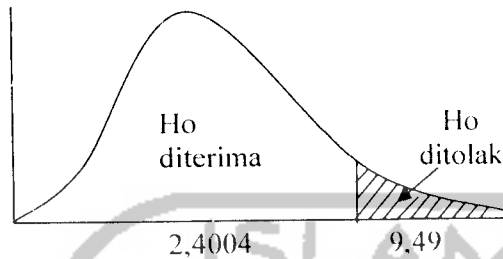
$$\text{Derajat kebebasan : } dk = (2-1) (5-1) = 4$$

Dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 9,49.

d. Kesimpulannya adalah karena  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel, maka Ho diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut harga produk berdasarkan jenis kelamin.

e. Gambar 4.2

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap harga produk**



#### 4.2.3 . Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin terhadap Atribut Kualitas Lokasi.

Dengan pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasar jenis kelamin.

**Tabel 4.13**

**Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Kualitas Lokasi**

Jenis Kelamin	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Lokasi					Jumlah
	SS	S	Bi	TS	STS	
Laki-laki	11	24	6	2	0	43
Perempuan	18	24	12	2	1	57
Jumlah	29	48	18	4	1	100

a. Mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari penilaian responden terhadap atribut kualitas lokasi.

$f_h$  kualitas lokasi:

$$\text{Laki-laki} = \frac{43 \times 29}{100} = 12,47$$

$$\text{Perempuan} = \frac{57 \times 29}{100} = 16,53$$

$$= \frac{43 \times 48}{100} = 20,64$$

$$= \frac{43 \times 18}{100} = 7,74$$

$$= \frac{43 \times 4}{100} = 1,72$$

$$= \frac{43 \times 1}{100} = 0,43$$

$$= \frac{57 \times 48}{100} = 27,36$$

$$= \frac{57 \times 18}{100} = 10,26$$

$$= \frac{57 \times 4}{100} = 2,28$$

$$= \frac{57 \times 1}{100} = 0,57$$

Tabel 4.14

**Hasil Perhitungan Chi Square**  
**Hubungan Jenis Kelamin terhadap Kualitas Lokasi**

Kategori	Penilaian	fo	fh	fo-fh	$(fo-fh)^2$	$\frac{(fo-fh)^2}{fh}$
Laki-laki	SS	11	12,47	-1,47	2,1609	0,1733
	S	24	20,64	3,36	11,2896	0,5470
	Bi	6	7,74	-1,74	3,0276	0,3912
	TS	2	1,72	0,28	0,0784	0,046
	STS	0	0,43	-0,43	0,1849	0,43
Perempuan	SS	18	16,53	1,47	2,1609	0,1307
	S	24	27,36	-3,36	11,2896	0,4126
	Bi	12	10,26	1,74	3,0276	0,2951
	TS	2	2,28	-0,28	0,0784	0,0344
	STS	1	0,57	0,43	0,1849	0,3244
jumlah		100	100	0	0	2,7843

b. Menentukan Ho dan Ha

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan jenis kelamin.

Ha : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan jenis kelamin.

c. Dari pengujian Chi Square diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 2,7843

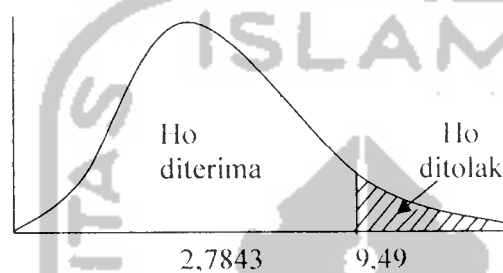
Derajat kebebasan :  $dk = (2-1) (5-1) = 4$

Dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 9,49.

d. Kesimpulannya adalah karena  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan jenis kelamin.

e. Gambar 4.3

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap kualitas lokasi**



#### 4.2.4 Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin terhadap Atribut Kualitas Promosi

Pengujian ini diharapkan dapat mengetahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4.15**

**Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Kualitas Promosi**

Jenis Kelamin	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Promosi					Jumlah
	SB	B	Bi	TB	STB	
Laki-laki	1	20	16	6	0	43
Perempuan	1	17	30	9	0	57
Jumlah	2	37	46	15	0	100

a. Mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari penilaian responden terhadap atribut kualitas promosi.

fh kualitas promosi:

$$\begin{aligned} \text{Laki-laki} &= \frac{43 \times 2}{100} = 0,86 \\ &= \frac{43 \times 37}{100} = 15,91 \\ &= \frac{43 \times 46}{100} = 19,78 \\ &= \frac{43 \times 15}{100} = 6,45 \\ &= \frac{43 \times 0}{100} = 0 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Perempuan} &= \frac{57 \times 2}{100} = 1,14 \\ &= \frac{57 \times 37}{100} = 21,09 \\ &= \frac{57 \times 46}{100} = 26,22 \\ &= \frac{57 \times 15}{100} = 8,55 \\ &= \frac{57 \times 0}{100} = 0 \end{aligned}$$

**Tabel 4.16**  
**Hasil Perhitungan Chi Square**  
**Hubungan Jenis Kelamin terhadap Kualitas Promosi**

Kategori	Penilaian	fo	fh	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	$\frac{(fo-fh)^2}{fh}$
Laki-laki	SB	1	0,86	0,14	0,0196	0,0228
	B	20	15,91	4,09	16,7281	1,0514
	Bi	16	19,78	-3,78	14,2884	0,7224
	TB	6	6,45	-0,45	0,2025	0,0314
	STB	0	0	0	0	0
Perempuan	SB	1	1,14	-0,14	0,0196	0,0172
	B	17	21,09	-4,09	16,7281	0,7932
	Bi	30	26,22	3,78	14,2884	0,5449
	TB	9	8,55	0,45	0,2025	0,0237
	STB	0	0	0	0	0
jumlah		100	100	0	0	3,207

b. Menentukan Ho dan Ha

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan jenis kelamin.



$H_a$  : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan jenis kelamin.

c. Dari pengujian Chi Square diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 3,207

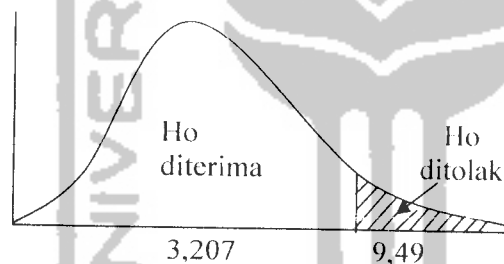
Derajat kebebasan :  $dk = (2-1) (5-1) = 4$

Dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 9,49.

d. Kesimpulannya adalah karena  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan jenis kelamin.

e. Gambar 4.4

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap kualitas promosi**



#### **4.2.5 Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasar Usia terhadap Atribut Kualitas Pelayanan**

Dengan pengujian ini diharapkan dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan berdasarkan usia responden.

Tabel 4. 17

**Pengaruh Usia terhadap Kualitas Pelayanan**

Usia	Tanggapan Usia terhadap Kualitas Pelayanan					Jumlah
	SB	B	Bi	TB	STB	
< 25 th	9	14	3	1	0	27
25-40 th	12	16	7	0	0	35
>40 th	17	12	8	1	0	38
Jumah	38	42	18	2	0	100

a. Mencari frekuensi harapan (fh) dari penilaian responden terhadap atribut kualitas pelayanan.

fh kualitas pelayanan:

**Usia < 25 th**

$$= \frac{27 \times 38}{100} = 10,26$$

$$= \frac{27 \times 42}{100} = 11,34$$

$$= \frac{27 \times 18}{100} = 4,86$$

$$= \frac{27 \times 2}{100} = 0,54$$

$$= \frac{27 \times 0}{100} = 0$$

**Usia 25-40 th**

$$= \frac{35 \times 38}{100} = 13,3$$

$$= \frac{35 \times 42}{100} = 14,7$$

$$= \frac{35 \times 18}{100} = 6,3$$

$$= \frac{35 \times 2}{100} = 0,7$$

$$= \frac{35 \times 0}{100} = 0$$

**Usia >40 th**

$$= \frac{38 \times 38}{100} = 14,4$$

$$= \frac{38 \times 42}{100} = 15,96$$

$$= \frac{38 \times 18}{100} = 6,84$$

$$= \frac{38 \times 2}{100} = 0,76$$

$$= \frac{38 \times 0}{100} = 0$$

Tabel 4.18

**Hasil Perhitungan Chi Square**  
**Hubungan antara Usia dan Kualitas Pelayanan**

Kategori	Penilaian	fo	fh	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	$\frac{(fo-fh)^2}{fh}$
< 25 th	SB	9	10,26	-1,26	1,5876	0,1547
	B	14	11,34	2,66	7,0755	0,6239
	Bi	3	4,86	-1,86	3,4596	0,7119
	TB	1	0,54	0,46	0,2116	0,3919
	STB	0	0	0	0	0
25-40 th	SB	12	13,3	-1,3	1,69	0,1271
	B	16	14,7	1,3	1,69	0,1150
	Bi	7	6,3	0,7	0,49	0,0778
	TB	0	0,7	-0,7	0,49	0,7
	STB	0	0	0	0	0
>40 th	SB	17	14,44	2,56	6,5536	0,4539
	B	12	15,96	-3,96	15,6816	0,9826
	Bi	8	6,84	1,16	1,3456	0,1967
	TB	1	0,76	0,24	0,0576	0,0758
	STB	0	0	0	0	0
Jumlah		100	100	0	0	4,6113

b. Menentukan Ho dan Ha

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan berdasarkan usia.

Ha : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan berdasarkan usia.

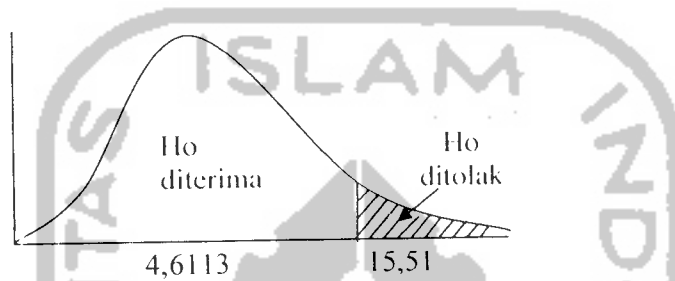
c. Dari pengujian Chi Square diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 4,6113

Derajat kebebasan :  $dk = (3-1) (5-1) = 8$

Dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 15,51

- d. Kesimpulannya adalah karena  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan berdasarkan usia.
- e. Gambar 4.5

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap kualitas pelayanan**



#### 4.2.6 Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Usia terhadap Atribut Harga Produk

Pengujian ini nantinya diharapkan bisa untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut harga produk berdasarkan usia responden.

**Tabel 4.19**

**Pengaruh Usia terhadap Harga Produk**

Usia	Tanggapan Usia terhadap Harga Produk					Jumlah
	Smu	Mu	Bi	Ma	Sma	
< 25 th	5	10	12	0	0	27
25-40 th	9	18	7	1	0	35
>40 th	11	18	9	0	0	38
Jumlah	25	46	28	1	0	100

- a. Mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari penilaian responden terhadap harga produk.

fh harga produk:

**Usia < 25 th**

$$= \frac{27 \times 25}{100} = 6,75$$

$$= \frac{27 \times 46}{100} = 12,42$$

$$= \frac{27 \times 28}{100} = 7,56$$

$$= \frac{27 \times 1}{100} = 0,27$$

$$= \frac{27 \times 0}{100} = 0$$

**Usia 25-40 th**

$$= \frac{35 \times 25}{100} = 8,75$$

$$= \frac{35 \times 46}{100} = 16,1$$

$$= \frac{35 \times 28}{100} = 9,8$$

$$= \frac{35 \times 1}{100} = 0,35$$

$$= \frac{35 \times 0}{100} = 0$$

**Usia >40 th**

$$= \frac{38 \times 25}{100} = 9,5$$

$$= \frac{38 \times 46}{100} = 17,48$$

$$= \frac{38 \times 28}{100} = 10,64$$

$$= \frac{38 \times 1}{100} = 0,38$$

$$= \frac{38 \times 0}{100} = 0$$

**Tabel 4.20**  
**Hasil Perhitungan Chi Square**  
**Hubungan antara Usia dan Harga Produk**

Kategori	Penilaian	fo	fh	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	$\frac{(fo-fh)^2}{fh}$
< 25 th	Smu	5	6,75	-1,75	3,0625	0,4537
	Mu	10	12,42	-2,42	5,8564	0,4715
	Bi	12	7,56	4,44	19,7136	2,6076
	Ma	0	0,27	-0,27	0,0729	0,27
	Sma	0	0	0	0	0
25-40 th	Smu	9	8,75	0,25	0,0625	0,0071
	Mu	18	16,1	1,9	3,61	0,2242
	Bi	7	9,8	-2,8	7,84	0,8
	Ma	1	0,35	0,65	0,4225	1,2071
	Sma	0	0	0	0	0
>40 th	Smu	11	9,5	1,5	2,25	0,2368
	Mu	18	17,48	0,52	0,2704	0,0155
	Bi	9	10,64	-1,64	2,6896	0,2528
	Ma	0	0,38	-0,38	0,1444	0,38
	Sma	0	0	0	0	0
Jumlah		100	100	0	0	6,9263

b. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$  : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut harga produk berdasarkan usia.

$H_a$  : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut harga produk berdasarkan usia.

c. Dari pengujian Chi Square diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 6,9263

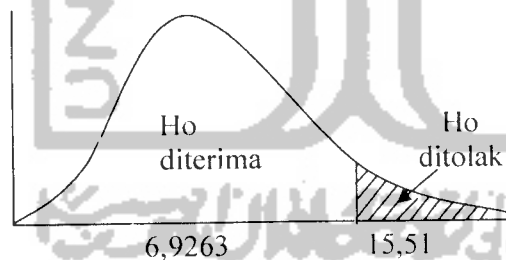
Derajat kebebasan :  $dk = (3-1)(5-1) = 8$

Dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 15,51

d. Kesimpulannya adalah karena  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut harga produk berdasarkan usia.

e. Gambar 4.6

Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap harga produk



#### 4.2.7 Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Usia terhadap Atribut Kualitas Lokasi

Dengan melakukan pengujian ini akan diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan tingkat usia responden.

**Tabel 4.21**  
**Pengaruh Usia terhadap Kualitas Lokasi**

Usia	Tanggapan Usia terhadap Kualitas Lokasi					Jumlah
	SS	S	Bi	TS	STS	
< 25 th	9	13	3	2	0	27
25-40 th	9	17	6	2	1	35
>40 th	11	18	9	0	0	38
Jumah	29	48	18	4	1	100

- a. Mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari penilaian responden terhadap kualitas lokasi dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$f_h = \frac{\sum \text{baris} \times \sum \text{kolom}}{\sum \text{sample}}$$

Berdasar rumus di atas maka dapat ditentukan frekuensi yang diharapkan untuk usia responden yaitu sebagai berikut:

$f_h$  kualitas lokasi:

Usia < 25 th	Usia 25-40 th	Usia >40 th
$= \frac{27 \times 29}{100} = 7,83$	$= \frac{35 \times 29}{100} = 10,15$	$= \frac{38 \times 29}{100} = 11,02$
$= \frac{27 \times 48}{100} = 12,96$	$= \frac{35 \times 48}{100} = 16,8$	$= \frac{38 \times 48}{100} = 18,24$
$= \frac{27 \times 18}{100} = 4,86$	$= \frac{35 \times 18}{100} = 6,3$	$= \frac{38 \times 18}{100} = 6,84$
$= \frac{27 \times 4}{100} = 1,08$	$= \frac{35 \times 4}{100} = 1,4$	$= \frac{38 \times 4}{100} = 1,52$
$= \frac{27 \times 1}{100} = 0,27$	$= \frac{35 \times 1}{100} = 0,35$	$= \frac{38 \times 1}{100} = 0,38$

Setelah diperoleh hasil frekuensi yang sesungguhnya dan frekuensi harapan ( $f_h$ ) maka dapat dihitung nilai Chi square sebagai berikut:

**Tabel 4.22**  
**Hasil Perhitungan Chi Square**  
**Hubungan antara Usia dan Kualitas Lokasi**

Kategori	Penilaian	fo	fh	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	$\frac{(fo-fh)^2}{fh}$
< 25 th	SS	9	7,83	1,17	1,3689	0,1748
	S	13	12,96	0,04	0,0016	0,0001
	Bi	3	4,86	-1,86	3,4596	0,7119
	TS	2	1,08	0,92	0,8464	0,7837
	STS	0	0,27	-0,27	0,0729	0,27
25-40 th	SS	9	10,15	-1,15	1,3225	0,1303
	S	17	16,8	0,2	0,04	0,0024
	Bi	6	6,3	-0,3	0,09	0,0143
	TS	2	1,4	0,6	0,36	0,2571
	STS	1	0,35	0,65	0,4225	1,2071
>40 th	SS	11	11,02	-0,02	0,0004	0
	S	18	18,24	-0,24	0,0576	0,0032
	Bi	9	6,84	2,16	4,6656	0,6821
	TS	0	1,52	-1,52	2,3104	1,52
	STS	0	0,38	-0,38	0,1444	0,38
Jumlah		100	100	0	0	6,137

b. Menentukan Ho dan Ha

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan usia.

Ha : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan usia.

c. Dari pengujian Chi Square diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 6,137

Derajat kebebasan :  $dk = (3-1)(5-1) = 8$

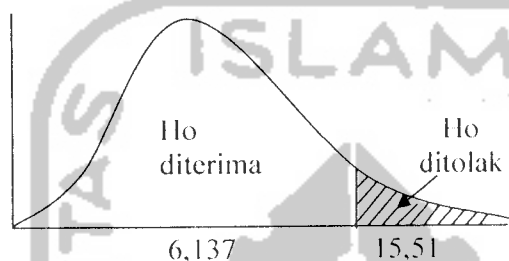
Dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 15,51



d. Kesimpulannya adalah karena  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan usia.

e. Gambar 4.7

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap kualitas lokasi**



#### 4.2.8 Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Usia terhadap Atribut Kualitas Promosi

Dengan Pengujian ini nantinya dapat diketahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan usia responden.

**Tabel 4.23**

**Pengaruh Usia terhadap Kualitas Promosi**

Usia	Tanggapan Usia terhadap Kualitas Promosi					Jumlah
	SB	B	Bi	TB	STB	
< 25 th	1	6	18	2	0	27
25-40 th	0	14	14	7	0	35
>40 th	1	17	14	6	0	38
Jumah	2	37	46	15	0	100

a. Mencari frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dari penilaian responden terhadap atribut kualitas promosi dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

fh kualitas promosi:

Usia < 25 th	Usia 25-40 th	Usia >40 th
$= \frac{27 \times 2}{100} = 0,54$	$= \frac{35 \times 2}{100} = 0,7$	$= \frac{38 \times 2}{100} = 0,76$
$= \frac{27 \times 37}{100} = 9,99$	$= \frac{35 \times 37}{100} = 12,95$	$= \frac{38 \times 37}{100} = 14,06$
$= \frac{27 \times 46}{100} = 12,42$	$= \frac{35 \times 46}{100} = 16,1$	$= \frac{38 \times 46}{100} = 17,48$
$= \frac{27 \times 15}{100} = 4,05$	$= \frac{35 \times 15}{100} = 5,25$	$= \frac{38 \times 15}{100} = 5,7$
$= \frac{27 \times 0}{100} = 0$	$= \frac{35 \times 0}{100} = 0$	$= \frac{38 \times 0}{100} = 0$

Tabel 4.24

Hasil Perhitungan Chi Square

Hubungan antara Usia dan Kualitas Promosi

Kategori	Penilaian	fo	fh	fo-fh	$(fo-fh)^2$	$\frac{(fo-fh)^2}{fh}$
< 25 th	SB	1	0,54	0,46	0,2116	0,3919
	B	6	9,99	-3,99	15,9201	1,5936
	Bi	18	12,42	5,58	31,1364	2,5070
	TB	2	4,05	-2,05	4,2025	1,0377
	STB	0	0	0	0	0
25-40 th	SB	0	0,7	-0,7	0,49	0,7
	B	14	12,95	1,05	1,1025	0,0851
	Bi	14	16,1	-2,1	4,41	0,2739
	TB	7	5,25	1,75	3,0625	0,5833
	STB	0	0	0	0	0
>40 th	SB	1	0,76	0,24	0,0576	0,0758
	B	17	14,06	2,94	8,6436	0,6148
	Bi	14	17,48	-3,48	12,1104	0,6928
	TB	6	5,7	0,3	0,09	0,0158
	STB	0	0	0	0	0
Jumlah		100	100	0	0	8,5717

b. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$  : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan usia.

$H_a$  : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan usia.

c. Dari pengujian Chi Square diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 8,5717

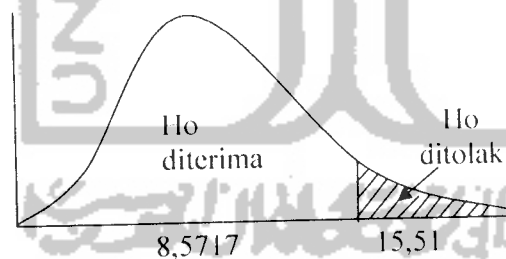
Derajat kebebasan :  $dk = (3-1) (5-1) = 8$

Dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 15,51

d. Kesimpulannya adalah karena  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan jenis kelamin.

e. Gambar 4.8

Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap kualitas promosi



#### 4.2.9 Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Pekerjaan terhadap Atribut Kualitas Pelayanan

Pengujian ini diharapkan bisa untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan berdasarkan pekerjaan.

Tabel 4.25

Pengaruh Pekerjaan terhadap Atribut Kualitas layanan

Pekerjaan	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan					Jumlah
	SB	B	Bi	TB	STB	
Pelajar/Mahasiswa	7	11	2	1	0	21
Pegawai swasta/Wiraswasta	12	14	8	0	0	34
PNS/ABRI/Polri	9	7	4	0	0	20
Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	10	10	4	1	0	25
Jumlah	38	42	18	2	0	100

a. Mencari frekuensi yang diharapkan (fh) dari penilaian responden terhadap kualitas pelayanan.

fh kualitas pelayanan:

**Pelajar/Mahasiswa =**

$$= \frac{21 \times 38}{100} = 7,98$$

$$= \frac{21 \times 42}{100} = 8,82$$

$$= \frac{21 \times 18}{100} = 3,78$$

$$= \frac{21 \times 2}{100} = 0,42$$

$$= \frac{21 \times 0}{100} = 0$$

**Pegawai Swasta/Wiraswasta =**

$$= \frac{34 \times 38}{100} = 12,92$$

$$= \frac{34 \times 42}{100} = 14,28$$

$$= \frac{34 \times 18}{100} = 6,12$$

$$= \frac{34 \times 2}{100} = 0,68$$

$$= \frac{34 \times 0}{100} = 0$$

**PNS/ABRI/Polri =**

$$= \frac{20 \times 38}{100} = 7,6$$

$$= \frac{20 \times 42}{100} = 8,4$$

$$= \frac{20 \times 18}{100} = 3,6$$

**Pensiunan/Ibu Rumah Tangga =**

$$= \frac{25 \times 38}{100} = 9,5$$

$$= \frac{25 \times 42}{100} = 10,5$$

$$= \frac{25 \times 18}{100} = 4,5$$

$$= \frac{20 \times 2}{100} = 0,4$$

$$= \frac{20 \times 0}{100} = 0$$

$$= \frac{25 \times 2}{100} = 0,5$$

$$= \frac{25 \times 0}{100} = 0$$

Setelah diperoleh hasil frekuensi yang sesungguhnya atau  $f_o$  dan frekuensi harapan atau  $f_h$ , maka dapat dihitung nilai Chi Square sebagai berikut:

**Tabel 4. 26**

**Hasil Perhitungan Chi Square  
Hubungan antara Pekerjaan dan Kualitas Pelayanan**

Kategori	Penilaian	$f_o$	$f_h$	$f_o - f_h$	$(f_o - f_h)^2$	$\frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$
Pelajar/ Mahasiswa	SB	7	7,98	-0,98	0,9604	0,1204
	B	11	8,82	2,18	4,7524	0,5388
	Bi	2	3,78	-1,78	3,1684	0,8382
	TB	1	0,42	0,58	0,3364	0,8010
	STB	0	0	0	0	0
Peg. Swasta/ Wiraswasta	SB	12	12,92	-0,92	0,8464	0,0655
	B	14	14,28	-0,28	0,0784	0,0055
	Bi	8	6,12	1,88	3,5344	0,5775
	TB	0	0,68	-0,68	0,4624	0,68
	STB	0	0	0	0	0
PNS/ABRI/Polri	SB	9	7,6	1,4	1,96	0,2579
	B	7	8,4	-1,4	1,96	0,2333
	Bi	4	3,6	0,4	0,16	0,0444
	TB	0	0,4	-0,4	0,16	0,4
	STB	0	0	0	0	0
Pensiunan/IRT	SB	10	9,5	0,5	0,25	0,0263
	B	10	10,5	-0,5	0,25	0,0238
	Bi	4	4,5	-0,5	0,25	0,0556
	TB	1	0,5	0,5	0,25	0,5
	STB	0	0	0	0	0
Jumlah		100	100	0	0	5,1682

b. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$  : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan berdasarkan pekerjaan.

$H_a$  : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan berdasarkan pekerjaan.

c. Dari pengujian Chi Square diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 5,1682

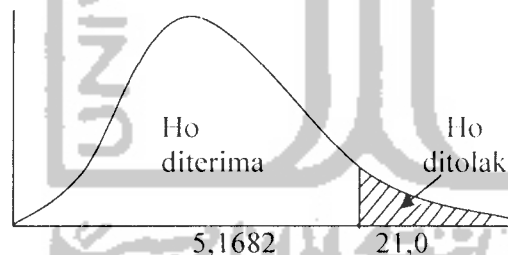
Derajat kebebasan :  $dk = (4-1) (5-1) = 12$

Dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 21,0

d. Kesimpulannya adalah karena  $X^2$  hitung <  $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan berdasarkan pekerjaan.

e. Gambar 4.9

Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar pekerjaan terhadap kualitas pelayanan



#### 4.2.10 Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Pekerjaan terhadap Harga Produk

Analisa ini nantinya digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut harga produk.

Tabel 4.27

## Pengaruh Pekerjaan terhadap Atribut Harga Produk

Pekerjaan	Tanggapan Responden terhadap Harga Produk					Jumlah
	Smu	Mu	Bi	Ma	Sma	
Pelajar/Mahasiswa	4	6	11	0	0	21
Pegawai swasta/Wiraswasta	10	18	5	1	0	34
PNS/ABRI/Polri	6	6	8	0	0	20
Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	5	16	4	0	0	25
Jumlah	25	46	28	1	0	100

th harga produk:

**Pelajar/Mahasiswa =**

$$= \frac{21 \times 25}{100} = 5,25$$

$$= \frac{21 \times 46}{100} = 9,66$$

$$= \frac{21 \times 28}{100} = 5,88$$

$$= \frac{21 \times 1}{100} = 0,21$$

$$= \frac{21 \times 0}{100} = 0$$

**PNS/ABRI/Polri =**

$$= \frac{20 \times 25}{100} = 5$$

$$= \frac{20 \times 46}{100} = 9,2$$

$$= \frac{20 \times 28}{100} = 5,6$$

$$= \frac{20 \times 1}{100} = 0,2$$

$$= \frac{20 \times 0}{100} = 0$$

**Pegawai Swasta/Wiraswasta =**

$$= \frac{34 \times 25}{100} = 8,5$$

$$= \frac{34 \times 46}{100} = 15,46$$

$$= \frac{34 \times 28}{100} = 9,25$$

$$= \frac{34 \times 1}{100} = 0,34$$

$$= \frac{34 \times 0}{100} = 0$$

**Pensiunan/Ibu Rumah Tangga =**

$$= \frac{25 \times 25}{100} = 6,25$$

$$= \frac{25 \times 46}{100} = 11,5$$

$$= \frac{25 \times 28}{100} = 7$$

$$= \frac{25 \times 1}{100} = 0,25$$

$$= \frac{25 \times 0}{100} = 0$$

**Tabel 4. 28**  
**Hasil Perhitungan Chi Square**  
**Hubungan antara Pekerjaan dan Harga Produk**

Kategori	Penilaian	fo	fh	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	$\frac{(fo-fh)^2}{fh}$
Pelajar/ Mahasiswa	Smu	4	5,25	-1,25	1,5625	0,2976
	Mu	6	9,66	-3,66	13,3956	1,3867
	Bi	11	5,88	5,12	26,2144	4,4582
	Ma	0	0,21	-0,21	0,0441	0,21
	Sma	0	0	0	0	0
Peg. Swasta/ Wiraswasta	Smu	10	0,5	1,5	2,25	0,2647
	Mu	18	15,46	2,54	6,4516	0,4173
	Bi	5	9,25	-4,25	18,0625	1,9527
	Ma	1	0,34	0,66	0,4356	1,2812
	Sma	0	0	0	0	0
PNS/ABRI/Polri	Smu	6	5	1	1	0,2
	Mu	6	9,2	-3,2	10,24	1,1130
	Bi	8	5,6	2,4	5,76	1,0286
	Ma	0	0,2	-0,2	0,04	0,2
	Sma	0	0	0	0	0
Pensiunan/IRT	Smu	5	6,25	-1,25	1,5625	0,25
	Mu	16	11,5	-4,5	20,25	1,7609
	Bi	4	7	-3	9	1,2857
	Ma	0	0,25	-0,25	0,0625	0,25
	Sma	0	0	0	0	0
Jumlah		100	100	0	0	16,3566

b. Menentukan Ho dan Ha

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut harga produk berdasarkan pekerjaan.

Ha : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut harga produk berdasarkan pekerjaan.

c. Dari pengujian Chi Square diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 16,3566

Derajat kebebasan :  $dk = (4-1) (5-1) = 12$

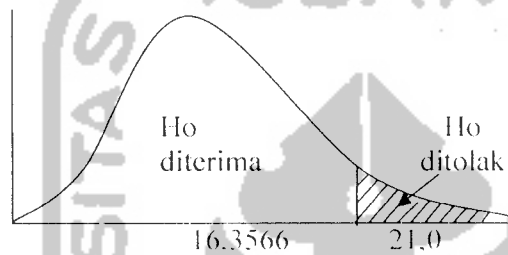


Dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 21,0

d. Kesimpulannya adalah karena  $X^2$  hitung <  $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut harga produk berdasarkan pekerjaan.

e. Gambar 4.10

**Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar pekerjaan terhadap harga produk**



#### 4.2.11 Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Pekerjaan terhadap Kualitas Lokasi

Analisa ini nantinya digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi.

**Tabel 4.29**  
**Pengaruh Pekerjaan terhadap Atribut Kualitas Lokasi**

Pekerjaan	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Lokasi					Jumlah
	SS	S	Bi	TS	STS	
Pelajar/Mahasiswa	8	9	3	1	0	21
Pegawai swasta/Wiraswasta	9	14	7	3	1	34
PNS/ABRI/Polri	5	13	2	0	0	20
Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	7	14	4	0	0	25
Jumlah	29	50	16	4	1	100

th kualitas lokasi:

**Pelajar/Mahasiswa =**

$$= \frac{21 \times 29}{100} = 6,09$$

$$= \frac{21 \times 50}{100} = 10,5$$

$$= \frac{21 \times 16}{100} = 3,36$$

$$= \frac{21 \times 4}{100} = 0,84$$

$$= \frac{21 \times 1}{100} = 0,21$$

**PNS/ABRI/Polri =**

$$= \frac{20 \times 29}{100} = 5,8$$

$$= \frac{20 \times 50}{100} = 10$$

$$= \frac{20 \times 16}{100} = 3,2$$

$$= \frac{20 \times 4}{100} = 0,8$$

$$= \frac{20 \times 1}{100} = 0,21$$

**Pegawai Swasta/Wiraswasta =**

$$= \frac{34 \times 29}{100} = 9,86$$

$$= \frac{34 \times 50}{100} = 17$$

$$= \frac{34 \times 16}{100} = 5,44$$

$$= \frac{34 \times 4}{100} = 1,36$$

$$= \frac{34 \times 1}{100} = 0,34$$

**Pensiunan/Ibu Rumah Tangga =**

$$= \frac{25 \times 29}{100} = 7,25$$

$$= \frac{25 \times 50}{100} = 12,5$$

$$= \frac{25 \times 16}{100} = 4$$

$$= \frac{25 \times 4}{100} = 1$$

$$= \frac{25 \times 1}{100} = 0,25$$

**Tabel 4. 30**  
**Hasil Perhitungan Chi Square**  
**Hubungan antara Pekerjaan dan Kualitas Lokasi**

Kategori	Penilaian	fo	fh	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	$\frac{(fo-fh)^2}{fh}$
Pelajar/ Mahasiswa	SS	8	6,09	1,91	3,6481	0,5990
	S	9	10,5	-1,5	2,25	0,2143
	Bi	3	3,36	-0,36	0,1296	0,0386
	TS	1	0,84	0,16	0,0256	0,0305
	STS	0	0,21	-0,21	0,0441	0,21
Peg. Swasta/ Wiraswasta	SS	9	9,86	-0,86	0,7396	0,0750
	S	14	17	-3	9	0,5294
	Bi	7	5,44	1,56	2,4336	0,4474
	TS	3	1,36	1,64	2,6896	1,9776
	STS	1	0,34	0,66	0,4356	1,2812
PNS/ABRI/Polri	SS	5	5,8	-0,8	0,68	0,1103
	S	13	10	3	9	0,9
	Bi	2	3,2	-1,2	1,44	0,45
	TS	0	0,8	-0,8	0,64	0,8
	STS	0	0,21	-0,21	0,0441	0,21
Pensiunan/IRT	SS	7	7,25	-0,25	0,0625	0,0086
	S	14	12,5	1,5	2,25	0,18
	Bi	4	4	0	0	0
	TS	0	1	-1	1	1
	STS	0	0,25	-0,25	0,0625	0,25
Jumlah		100	100	0	0	9,3119

b. Menentukan Ho dan Ha

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan pekerjaan.

Ha : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan pekerjaan.

c. Dari pengujian Chi Square diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 9,3119

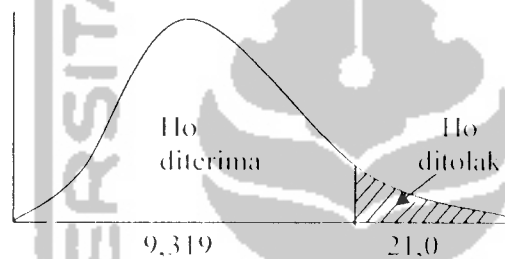
Derajat kebebasan :  $dk = (4-1) (5-1) = 12$

Dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 21,0

d. Kesimpulannya adalah karena  $X^2$  hitung  $<$   $X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas lokasi berdasarkan pekerjaan.

e. Gambar 4.11

Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar pekerjaan terhadap kualitas lokasi



#### 4.2.12 Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Pekerjaan terhadap Atribut Kualitas Promosi

Hasil dari pengujian ini nantinya akan digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan pekerjaan.

Tabel 4.31

Pengaruh Pekerjaan terhadap Atribut Kualitas Promosi

Pekerjaan	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Promosi					Jumlah
	SB	B	Bi	TB	STB	
Pelajar/Mahasiswa	1	5	13	2	0	21
Pegawai swasta/Wiraswasta	0	14	14	6	0	34
PNS/ABRI/Polri	1	10	8	1	0	20
Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	0	8	11	6	0	25
Jumlah	2	37	46	15	0	100

a. fh kualitas promosi:

**Pelajar/Mahasiswa =**

$$= \frac{21 \times 2}{100} = 0,42$$

$$= \frac{21 \times 37}{100} = 7,77$$

$$= \frac{21 \times 46}{100} = 9,66$$

$$= \frac{21 \times 15}{100} = 3,15$$

$$= \frac{21 \times 0}{100} = 0$$

**PNS/ABRI/Polri =**

$$= \frac{20 \times 2}{100} = 0,4$$

$$= \frac{20 \times 37}{100} = 7,4$$

$$= \frac{20 \times 46}{100} = 9,2$$

$$= \frac{20 \times 15}{100} = 3$$

$$= \frac{20 \times 0}{100} = 0$$

**Pegawai Swasta/Wiraswasta =**

$$= \frac{34 \times 2}{100} = 0,68$$

$$= \frac{34 \times 37}{100} = 12,58$$

$$= \frac{34 \times 46}{100} = 15,64$$

$$= \frac{34 \times 15}{100} = 5,1$$

$$= \frac{34 \times 0}{100} = 0$$

**Pensiunan/Ibu Rumah Tangga =**

$$= \frac{25 \times 2}{100} = 0,5$$

$$= \frac{25 \times 37}{100} = 9,25$$

$$= \frac{25 \times 46}{100} = 11,5$$

$$= \frac{25 \times 15}{100} = 3,75$$

$$= \frac{25 \times 0}{100} = 0$$

**Tabel 4. 32**  
**Hasil Perhitungan Chi Square**  
**Hubungan antara Pekerjaan dan Kualitas Promosi**

Kategori	Penilaian	fo	fh	fo-fh	(fo-fh) <sup>2</sup>	$\frac{(fo-fh)^2}{fh}$
Pelajar/ Mahasiswa	SB	1	0,42	0,58	0,3364	0,8010
	B	5	7,77	-2,77	7,6729	0,9875
	Bi	13	9,66	3,34	11,1556	1,1548
	TB	2	3,15	-1,15	1,3225	0,4198
	STB	0	0	0	0	0
Peg. Swasta/ Wiraswasta	SB	0	0,68	-0,68	0,4624	0,68
	B	14	12,58	1,42	2,0164	0,1603
	Bi	14	15,64	-1,64	2,6896	0,1720
	TB	6	5,1	0,9	0,81	0,1588
	STB	0	0	0	0	0
PNS/ABRI/Polri	SB	1	0,4	0,6	0,36	0,9
	B	10	7,4	2,6	6,76	0,9135
	Bi	8	9,2	-1,2	1,44	0,1565
	TB	1	3	-2	4	1,3333
	STB	0	0	0	0	0
Pensiunan/IRT	SB	0	0,5	-0,5	0,25	0,5
	B	8	9,25	-1,25	1,5625	0,1689
	Bi	11	11,5	-0,5	0,25	0,0217
	TB	6	3,75	2,25	5,0625	1,35
	STB	0	0	0	0	0
Jumlah		100	100	0	0	9,8781

b. Menentukan Ho dan Ha

Ho : Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan pekerjaan.

Ha : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan pekerjaan.

c. Dari pengujian Chi Square diperoleh  $X^2$  hitung sebesar 9,8781

Derajat kebebasan : dk = ( 4-1 ) ( 5-1 ) = 12

Dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $X^2$  tabel sebesar 21,0

d. Kesimpulannya adalah karena  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada penilaian konsumen terhadap atribut kualitas promosi berdasarkan pekerjaan.

e. Gambar 4.12

Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar pekerjaan terhadap kualitas promosi

