

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan penelitian terhadap responden yaitu konsumen produk Slackers di Kota Yogyakarta sebanyak 100 responden, maka dapat dilakukan analisis data. Sebelum dilakukan analisis terhadap data penelitian terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas agar kesimpulan yang diperoleh tidak menimbulkan hasil yang bias.

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS Versi 11.50 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi (r_{xy}) dengan r_{Tabel} . Dengan jumlah sampel (N) sebanyak 100 responden maka dapat ditentukan besarnya r_{Tabel} yaitu 0,1965. Dari hasil uji validitas diperoleh Tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r - xy	r - Tabel	Keterangan
Harga	X _{1,1}	0,810	0,1965	r xy > r Tabel, Valid
	X _{1,2}	0,780	0,1965	r xy > r Tabel, Valid
	X _{1,3}	0,835	0,1965	r xy > r Tabel, Valid
Kualitas	X _{2,1}	0,713	0,1965	r xy > r Tabel, Valid
	X _{2,2}	0,832	0,1965	r xy > r Tabel, Valid
	X _{2,3}	0,826	0,1965	r xy > r Tabel, Valid
Model / desain	X _{3,1}	0,852	0,1965	r xy > r Tabel, Valid
	X _{3,2}	0,858	0,1965	r xy > r Tabel, Valid
	X _{3,3}	0,915	0,1965	r xy > r Tabel, Valid
Warna	X _{4,1}	0,830	0,1965	r xy > r Tabel, Valid
	X _{4,2}	0,786	0,1965	r xy > r Tabel, Valid
	X _{4,3}	0,791	0,1965	r xy > r Tabel, Valid

Sumber : Data primer diolah, 2006 (Lampiran 4)

Dari Tabel 4.11 di atas dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pertanyaan terdiri dari 3 butir pertanyaan untuk variabel Harga, 3 butir pertanyaan untuk Kualitas, 3 butir pertanyaan untuk Model / desain, dan 3 butir pertanyaan untuk Warna. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{Tabel} ($r_{Tabel} = 0,1965$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid. Artinya seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha Cronbach	Nilai Kritis (r Tabel)	Keterangan
Harga	0,7289	0,1965	Reliabel
Kualitas	0,7013	0,1965	Reliabel
Model / desain	0,8394	0,1965	Reliabel
Warna	0,7221	0,1965	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2006 (Lampiran 4)

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas untuk seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari r Tabel yaitu 0,1965. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan yang tertuang dalam kuesioner penelitian ini dapat dinyatakan handal / reliabel. Artinya kuesioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model / desain yang berbeda.

4.2. Analisis Deskriptif

Analisis yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari para responden dengan membuat daftar atau tabel deskriptif. Pada bagian ini akan dikemukakan hasil analisis deskripsi yang meliputi karakteristik responden (jenis kelamin, usia, pendidikan dan uang saku per bulan) serta hasil penilaian konsumen terhadap atribut-atribut Produk Distro Slackers di Kota Yogyakarta (harga, kualitas, model / desain, warna dan keputusan pembelian konsumen).

4.2.1. Karakteristik Konsumen

Dalam penelitian tentang penilaian konsumen terhadap atribut yang mendasari dalam pembelian produk Distro Slackers, akan dijelaskan lebih dahulu tentang gambaran karakteristik dari 100 responden (konsumen). Adapun karakteristik konsumen adalah sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Jenis kelamin seseorang berpengaruh pada keputusannya terhadap obyek, pengaruh yang ditimbulkan bisa berbeda karena pembawaan dari jenis kelamin tersebut baik dalam emosi, perasaan maupun rasional. Pria dan wanita cenderung berbeda dalam bersikap terhadap objek yang sama. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 4.3 di bawah ini.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Menurut
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	48	48%
Perempuan	52	52%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2006 (Lampiran 3)

Dari tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa dari 100 responden, jenis kelamin wanita menunjukkan proporsi terbanyak yaitu 52 responden (52%) sedangkan pria sebanyak 48 responden (48%). Ini berarti keputusan pembelian produk Distro Slackers di kota Yogyakarta dapat dipengaruhi oleh jenis kelamin konsumen. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pertimbangan antara konsumen pria dan wanita terhadap atribut-atribut Produk Distro Slackers di kota Yogyakarta tidak sama, sehingga

keputusan yang akan diambil juga akan berbeda. Konsumen wanita cenderung lebih kritis dan rasional dalam memilih suatu produk terutama produk-produk fashion, sementara laki-laki cenderung lebih kritis dalam memiliki produk-produk yang berkaitan dengan musik, life style dan lain sebagainya.

b) Usia

Usia seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan keputusan pembelian karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga akan mempengaruhi persepsi dalam menentukan obyek. Tabel 4.4 menunjukkan usia responden.

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
13 – 18 tahun	43	43%
19 - 24 tahun	57	57%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2006 (Lampiran 3)

Dari data diatas menunjukkan bahwa responden pengunjung Distro Slackers Yogyakarta mayoritas berusia antara 19 - 24 tahun, yaitu sebesar 57% (57 orang). Sedangkan responden yang lain berusia antara 13 – 18 tahun yaitu sebesar 43% atau 43 orang.

Kenyataan menunjukkan bahwa mayoritas konsumen adalah masih berusia muda. Hal ini disebabkan karena sebagian besar pengunjung Distro Slackers di kota Yogyakarta adalah kalangan pelajar dan mahasiswa yang usianya masih muda.

c. Pendidikan

Pendidikan merupakan variabel yang menjadi simbol status sosial seseorang di masyarakat. Pendidikan akan mempengaruhi seseorang dalam menilai suatu produk. Konsumen yang berpendidikan tinggi cenderung memiliki kemampuan berpikir yang lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen yang berpendidikan rendah, sehingga akan mempengaruhi dalam keputusan pembeliannya.

Karakteristik menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini.

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar	34	34%
Mahasiswa	66	66%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2006 (Lampiran 3)

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, yang membeli produk Distro Slackers di kota Yogyakarta sebagian besar adalah responden yang memiliki pendidikan sebagai mahasiswa yaitu sebesar 66% dan sisanya sebagai pelajar yaitu sebesar 34%.

Kenyataan ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Produk Distro Slackers adalah mahasiswa, sehingga tingkat pendidikan mereka cenderung tinggi. Hasil ini akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena tingkat pendidikan yang tinggi cenderung memiliki tingkat intelegensi yang tinggi, sehingga kemampuan berpikirnya akan

mempertimbangkan dalam memutuskan keputusan pembelian termasuk produk-produk Distro Slackers di kota Yogyakarta.

d. Uang Saku per Bulan

Uang saku per bulan seseorang dapat dipergunakan sebagai petunjuk status sosial ekonominya. Perbedaan status sosial ekonomi seseorang dapat mengakibatkan perbedaan penilaian terhadap objek yang sama. Sehingga dalam hal ini pendapatan dapat digunakan sebagai salah satu variabel yang berpengaruh terhadap penilaian konsumen terhadap atribut Produk Distro Slackers.

Deskripsi mengenai pengeluaran per bulan responden disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Menurut Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
< Rp. 250.000	15	15%
Rp. 260.000 – Rp.500.000	28	28%
Rp. 510.000 – Rp.750.000	32	32%
>Rp.760.000	25	25%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2006 (Lampiran 3)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki uang saku yang cukup tinggi yaitu antara Rp.510.000 – 750.000, yaitu sebesar 32%. Sedangkan responden yang lain memiliki uang saku antara Rp.260.000 – 500.000 yaitu sebesar 28%, uang saku lebih dari Rp.760.000 sebesar 25% dan kurang dari Rp.250.000 sebesar 15%.

Hal ini berarti sebagian besar konsumen telah memiliki uang saku yang cukup tinggi, sehingga dalam hal ini keputusan melakukan pembelian produk Distro Slackers di kota Yogyakarta dapat dipengaruhi oleh uang saku per bulan masing-masing konsumen. Dengan uang saku yang cukup tinggi maka kemampuan responden tersebut untuk membeli sebuah produk juga lebih besar.

4.2.2. Penilaian Konsumen Terhadap Atribut-Atribut yang dimiliki Produk Distro Slackers di kota Yogyakarta

Untuk menjelaskan hasil penilaian responden terhadap variabel penelitian, dilakukan berdasarkan nilai rata-rata pada setiap variabel. Penilaian responden tertinggi dengan skor rata-rata 4 dan skor penilaian terendah adalah 1 maka dapat ditentukan interval sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{skor maksimum} - \text{skor minimum}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Sehingga dapat ditentukan range jawaban sebagai berikut :

Skor rata-rata antara 1,00 – 1,75 : Sangat tidak setuju

Skor rata-rata antara 1,76 – 2,50 : Tidak setuju

Skor rata-rata antara 2,51 – 3,25 : Setuju

Skor rata-rata antara 3,26 – 4,00 : Sangat Setuju

Berdasarkan kriteria jawaban tersebut maka dapat dijelaskan deskriptif penilaian responden terhadap variabel penelitian sebagai berikut :

a) Variabel Harga (X_1)

Penilaian terhadap variabel harga meliputi penilaian yang berhubungan harga yang murah, sesuai kualitas dan dapat terjangkau. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel harga.

Tabel 4.7
Penilaian Variabel Harga

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	12	12%
Tidak setuju	18	18%
Setuju	37	37%
Sangat setuju	33	33%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2006 (Lampiran 3)

Dari Tabel 4.7 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen sebagai responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 12 orang atau 12% yang menyatakan sangat tidak setuju dan 18 orang atau 18% yang menyatakan tidak setuju terhadap harga yang ditetapkan pada produk T-shirt di Distro Slackers Yogyakarta. Selanjutnya sebanyak 37 orang atau 37% menyatakan setuju, dan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 33 orang atau 33%. Hal ini berarti Distro Slackers Yogyakarta dalam menawarkan produk-produknya kepada konsumen, harga yang ditetapkan lebih murah dibandingkan dengan t-shirt lain, sesuai dengan kualitas produk dan harganya lebih terjangkau.

b) Variabel Kualitas (X_2)

Penilaian terhadap variabel kualitas yaitu penilaian terhadap kualitas produk yang ditawarkan tentang kualitas bahan, kualitas ketebalan dan kenyamanan produk. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel kualitas produk.

Tabel 4.8
Penilaian Variabel Kualitas

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	10	10%
Tidak setuju	8	8%
Setuju	44	44%
Sangat setuju	38	38%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2006 (Lampiran 3)

Dari Tabel 4.6 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen sebagai responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 10 orang atau 10% yang menyatakan sangat tidak setuju, dan 8 orang atau 8% menyatakan tidak setuju. Sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 44 orang atau 44%, dan 38 orang atau 38% menyatakan sangat setuju terhadap kualitas produk yang ditawarkan oleh Distro Slackers Yogyakarta. Hal ini berarti Distro Slackers Yogyakarta telah menawarkan produk-produk dengan kualitas yang baik, sehingga produk-produk tersebut nyaman ketika dipakai oleh konsumen.

c) Variabel Model / desain(X_3)

Penilaian terhadap variabel Model / desain yaitu penilaian tentang desain atau model pada t-shirt yang menarik dan mampu menambah kepercayaan diri. Dari hasil jawaban responden maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Model / desain.

Tabel 4.9
Penilaian Variabel Model / desain

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	9	9%
Tidak setuju	18	18%
Setuju	28	28%
Sangat setuju	45	45%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2006 (Lampiran 3)

Dari Tabel 4.9 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen sebagai responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 9 orang atau 9% menyatakan sangat tidak setuju, dan 18 orang atau 18% menyatakan tidak setuju. Sedangkan 28 orang atau 28% menyatakan setuju dan sebanyak 45 orang atau 45% menyatakan sangat setuju terhadap model / desain yang ada pada t-shirt Distro Slackers. Hal ini berarti Distro Slackers telah menawarkan produk-produk dengan desain yang menarik dan mampu memberikan kepercayaan diri bagi pemakainya.

d) Variabel Warna (X_4)

Penilaian terhadap variabel Warna yaitu penilaian terhadap variasi warna, kualitas warna yang tidak mudah pudar dan mengikuti

trend yang sedang berkembang. Dari hasil jawaban responden maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Warna.

Tabel 4.10
Penilaian Variabel Warna

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	8	8%
Tidak setuju	20	20%
Setuju	29	29%
Sangat setuju	43	43%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2006 (Lampiran 3)

Dari Tabel 4.10 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 pelanggan sebagai responden yang diambil sebagai sampel sebanyak 8 orang atau 8% yang menyatakan sangat tidak setuju, dan sebanyak 20 orang atau 20% yang menyatakan tidak setuju. Sedangkan responden yang lain memberikan penilaian setuju sebanyak 29 orang atau 29% dan sebanyak 43 orang atau 43% menyatakan sangat setuju terhadap warna produk yang ditawarkan oleh Distro Slackers di kota Yogyakarta, dimana warna-warna t-shirt tersebut sangat beraneka macam, dan memiliki kualitas yang bagus sehingga tidak mudah luntur serta mengikuti trend yang sedang berkembang.

4.3. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu cara menganalisis data dengan menggunakan statistik inferensial yang digunakan untuk membuktikan hipotesis. Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Kruskal Wallis.

Hipotesis penelitian menyatakan tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen dalam melakukan pembelian pada produk-produk Slackers Distro di Yogyakarta berdasarkan karakteristik konsumen. Untuk menjawab hipotesis penelitian ini digunakan alat analisis yaitu uji *Kruskal Wallis Test*. Keputusan dalam menerima atau menolak H_0 dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan batas tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika probabilitas kesalahan lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan jika probabilitas kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak yang artinya terdapat perbedaan persepsi konsumen berdasarkan karakteristik responden. Hasil analisis *Kruskal Wallis* dapat ditunjukkan pada Tabel 4.11.



Tabel 4.11

Hasil Uji Kruskal Wallis Pada Persepsi konsumen Slackers Distro di Yogyakarta Berdasarkan Karakteristik Responden

Atribut	Jenis Kelamin		Usia			Pendidikan			Penghasilan / Uang Saku			Sig	
	Pria	Wanita	13 - 18 th	19 - 24 th	Sig	Pelajar	Mhs	Sig	< Rp.250 rb	Rp.260 - 500 rb	Rp.510 - 750 rb		> Rp.760 rb
Harga murah	2.77	2.63	2.91	2.54	NS	2.88	2.61	NS	2.80	2.68	2.56	2.84	NS
Harga sesuai kualitas	2.75	2.67	2.91	2.56	Sig	2.71	2.71	NS	2.87	2.64	2.69	2.72	NS
Harga terjangkau	2.90	2.83	2.95	2.79	NS	2.91	2.83	NS	3.07	2.79	2.88	2.80	NS
Kualitas bahan membuat nyaman	2.96	2.98	3.19	2.81	Sig	3.15	2.88	NS	3.33	2.96	2.97	2.76	NS
Kualitas ketebalan dan tekstur bahan	3.04	3.06	3.37	2.81	Sig	3.41	2.86	Sig	3.47	3.43	2.78	2.72	Sig
Kualitas bahan tidak membuat panas	3.00	2.90	3.19	2.77	Sig	3.15	2.85	NS	3.33	3.07	2.81	2.76	Sig
Desain yang berbeda	2.79	2.87	2.95	2.74	NS	2.82	2.83	NS	2.87	2.96	2.78	2.72	NS
Desain yang menarik	2.90	2.96	3.12	2.79	NS	3.21	2.79	Sig	3.27	3.18	2.81	2.60	NS
Desain yang mampu menambah kepercayaan diri	3.04	2.85	2.93	2.95	NS	3.00	2.91	NS	3.00	2.96	2.97	2.84	NS
Warna bervariasi	2.96	2.92	3.02	2.88	NS	3.12	2.85	NS	3.20	3.04	2.78	2.88	NS
Warna tidak mudah luntur	2.83	2.77	2.95	2.68	NS	2.85	2.77	NS	3.13	2.96	2.53	2.76	NS
Warna mengikuti trend	3.00	2.81	3.02	2.81	NS	3.09	2.80	NS	3.27	2.86	2.66	3.04	NS

Sumber : Data primer diolah, 2006

a. Perbedaan Persepsi konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test dapat ditunjukkan pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa kelompok konsumen Slackers Distro di Yogyakarta ; menunjukkan bahwa kelompok pria mempunyai persepsi yang paling baik pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan dan desain yang mampu menambah kepercayaan diri dengan rata-rata persepsi sebesar 3.04 dan persepsi terendah pada atribut harga sesuai kualitas dengan rata-rata persepsi sebesar 2,75. Sehingga kecenderungan pada pria lebih menitikberatkan pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan dan desain yang mampu menambah kepercayaan diri.

Begitu juga dengan responden wanita atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan merupakan atribut yang paling baik dinilai oleh responden ini. Sedangkan penilaian terendah terjadi pada atribut harga yang murah dengan rata-rata persepsi sebesar 2,63. Dengan demikian kecenderungan wanita dalam memberikan persepsi terhadap produk-produk Slackers Distro terletak pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan.

Dari hasil Uji signifikansi menunjukkan bahwa tidak terjadi perbedaan persepsi yang signifikan pada seluruh atribut, artinya antara pria dan wanita telah memiliki persepsi yang sama terhadap atribut-atribut pada produk Slackers Distro Yogyakarta.

b. Perbedaan Persepsi konsumen Berdasarkan Umur Responden

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa kelompok responden yang berusia antara 13 – 18 tahun telah memberikan persepsi tertinggi pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan (3,37) dan persepsi terendah terjadi pada atribut harga yang murah (2,91). Sehingga kecenderungan kelompok responden yang berusia antara 14 – 18 tahun menyikapi pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan.

Sedangkan responden yang berusia antara 19 – 24 tahun dengan persepsi tertinggi terjadi pada atribut desain yang mampu menambah kepercayaan diri (2,95) dan persepsi terendah terjadi pada atribut harga murah (2,54). Dengan demikian kelompok responden yang berusia antara 19 – 24 tahun memiliki kecenderungan dalam menyikapi produk Slackers Distro adalah atribut desain yang mampu menambah kepercayaan diri.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa atribut harga sesuai kualitas, kualitas bahan membuat nyaman dan kualitas ketebalan dan tekstur bahan adalah terjadi perbedaan yang signifikan, sedangkan atribut yang lain tidak signifikan. Hasil ini dapat dilihat dari probabilitas pada ketiga atribut tersebut nilainya dibawah 0,05. Artinya bahwa berdasarkan usia responden persepsi konsumen terhadap atribut harga sesuai kualitas, kualitas bahan membuat nyaman dan kualitas ketebalan dan tekstur bahan berbeda secara signifikan, sedangkan atribut yang lain mempunyai persepsi yang sama. Berdasarkan tabel juga menunjukkan bahwa semakin muda usia responden maka semakin tinggi persepsi konsumen terhadap ketiga atribut tersebut. Hal

ini menunjukkan bahwa harga sesuai kualitas, kualitas bahan membuat nyaman dan kualitas ketebalan dan tekstur bahan yang ada pada produk Slackers Distro sangat disukai oleh kalangan muda, karena selain memiliki harga yang sesuai kualitas, kualitas bahannya membuat nyaman dipakai karena bahan yang digunakan memiliki ketebalan dan tekstur bahan yang bagus.

c. Perbedaan Persepsi konsumen Berdasarkan tingkat pendidikan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa konsumen Slackers Distro berdasarkan tingkat pendidikan, yang terdiri dari pelajar dan mahasiswa. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pelajar memiliki persepsi yang paling tinggi pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan sedangkan atribut yang dipersepsikan paling rendah oleh pelajar adalah atribut harga murah. Dengan demikian kecenderungan pelajar dalam mempresepsikan produk-produk Slackers Distro adalah atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan.

Sedangkan kelompok mahasiswa menunjukkan bahwa kelompok ini memiliki persepsi tertinggi pada atribut desain yang menarik (2,91), sedangkan atribut yang dipersepsikan paling rendah adalah atribut harga yang murah. Dengan demikian kecenderungan mahasiswa dalam memberikan persepsi terhadap produk-produk Slackers Distro terjadi pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap atribut Slackers Distro berdasarkan tingkat pendidikan terdapat perbedaan yang signifikan pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan dan desain yang menarik. Artinya antara kelompok pelajar dan mahasiswa telah memberikan persepsi yang berbeda pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan dan desain yang menarik, sedangkan untuk atribut yang lain tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Berdasarkan rata-rata persepsi menunjukkan bahwa pelajar memiliki persepsi yang lebih baik dibandingkan mahasiswa terhadap atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan dan desain yang menarik.

d. Perbedaan Persepsi konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa kelompok responden yang sedang membeli di Slackers Distro Yogyakarta berdasarkan tingkat pendapatan.

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen Slackers Distro yang berpendapatan kurang dari Rp.250.000 telah memberikan persepsi yang paling tinggi pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan dan persepsi terendah terjadi pada atribut harga murah. Dengan demikian kecenderungan responden yang berpendapatan kurang dari 250.000 rupiah adalah persepsi pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan.

Untuk kelompok responden yang berpendapatan antara Rp.260.000 sampai dengan 500 ribu rupiah responden telah memberikan persepsi yang paling tinggi pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan (3,43) dan

persepsi terendah pada atribut harga sesuai kualitas. Dengan demikian kecenderungan responden yang berpendapatan antara Rp.260.000 sampai 500 ribu rupiah adalah persepsi pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan.

Untuk kelompok responden yang berpendapatan antara Rp.510.000 – 750.000 telah memberikan persepsi paling tinggi pada atribut kualitas bahan membuat nyaman dan desain yang mampu menambah kepercayaan diri, sedangkan persepsi terendah terjadi pada atribut harga murah. Dengan demikian responden yang berpendapatan antara Rp.510.000 – 750.000 dalam mempresepsikan produk-produk Slackers Distro terjadi pada atribut kualitas bahan membuat nyaman dan desain yang mampu menambah kepercayaan diri.

Sedangkan kelompok responden yang berpendapatan lebih dari 760.000 telah memberikan persepsi paling tinggi pada atribut kualitas warna bervariasi (2,88), sedangkan persepsi terendah terjadi pada atribut desain yang menarik (2,60). Dengan demikian responden yang berpendapatan lebih dari Rp. 760.000 dalam mempresepsikan produk-produk Slackers Distro terjadi pada atribut warna yang bervariasi

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa persepsi konsumen yang sedang membeli di Slackers Distro Yogyakarta berdasarkan tingkat pendapatan pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan dan kualitas bahan yang tidak membuat panas terdapat perbedaan yang signifikan sedangkan pada atribut yang lain tidak signifikan. Hal ini disebabkan karena semakin besar tingkat pendapatan atau uang saku responden maka semakin besar kemampuan responden untuk melakukan keputusan pembelian, sehingga

semakin besar dalam mempertimbangkan kualitas bahan yang ada, terbukti bahwa semakin besar pendapatan semakin rendah persepsi konsumen pada atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan dan kualitas bahan yang tidak membuat panas.

4.4. Implikasi dan Pembahasan

Hasil temuan penelitian ini mempunyai beberapa implikasi diantaranya :

- a. Dari hasil analisis Kruskal Wallis berdasarkan jenis kelamin , persepsi konsumen terhadap produk Slackers Distro menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada seluruh atribut. Hal ini menunjukkan bahwa baik pria maupun wanita telah memberikan persepsi yang sama terhadap atribut-atribut pada Slackers Distro.

Langkah yang sebaiknya ditempuh oleh pihak manajemen Slackers Distro adalah mempertahankan kualitas pelayanan yang selama ini dilakukan yaitu dengan memberikan pelayanan yang sama baik konsumen pria maupun wanita. Produk-produk yang ditawarkan hendaknya tetap mengacu pada kebutuhan pada kedua kelompok tersebut, sehingga tidak terkesan bahwa Distro ini cenderung lebih cocok untuk kaum wanita saja atau kaum pria saja. Pengembangan produk hendaknya disesuaikan dengan trend yang sedang berkembang baik untuk pria maupun wanita.

- b. Berdasarkan tingkatan usia menunjukkan terjadi perbedaan yang signifikan persepsi konsumen pada atribut harga sesuai kualitas, kualitas bahan membuat nyaman dan kualitas bahan tidak membuat panas. Bahkan hasil menunjukkan bahwa semakin muda usianya semakin tinggi persepsi konsumen. Untuk itu pihak manajemen harus meningkatkan pelayanan terutama untuk kebutuhan konsumen yang berusia antara 18 – 24 tahun yang mayoritas adalah mahasiswa.

Harga sesuai kualitas merupakan suatu atribut yang masih dipersepsikan rendah oleh kelompok usia antara 18 – 24 tahun. Hal ini tentu menjadikan bahan pertimbangan bagi manajemen untuk meningkatkan pelayanan tersebut. Dalam penetapan harga tidak hanya mengandalkan harga murah saja tetapi harus disesuaikan dengan kualitas bahan yang digunakan. Harga yang rendah akan mempersepsikan sebagai produk yang tidak berkualitas, namun harga yang mahal tentu akan bertentangan dengan kemampuan beli konsumen. Untuk itu harus ada kesesuaian antara kualitas dengan harga yang ditetapkan.

Untuk menawarkan produk-produk bagi usia antara 18 – 24 tahun hendaknya menawarkan produk yang memiliki kualitas bahan dan tekstur bahan yang bagus, mengingat konsumen ini adalah mahasiswa yang telah memiliki pertimbangan yang lebih kompleks, sehingga produk-produk tersebut akan nyaman ketika digunakan. Sebaiknya pihak Distro harus mengembangkan produk tidak hanya dari produksi distro ini sendiri, tetapi harus mau bekerjasama dengan produsen-produsen lokal lainnya,

yang tidak diragukan lagi kualitasnya. Dengan memperbanyak pemasok diharapkan konsumen akan memiliki banyak variasi pilihan sesuai dengan produk yang diinginkan.

- c. Adanya perbedaan yang signifikan persepsi konsumen terhadap atribut kualitas ketebalan dan tekstur bahan serta desain yang menarik berdasarkan tingkat pendidikan, maka pihak perusahaan harus meningkatkan pelayanan pada kedua atribut tersebut terutama untuk kalangan mahasiswa yang masih memiliki persepsi rendah. Untuk itu pengembangan desain produk harus ditingkatkan yang disesuaikan dengan trend pada kalangan mahasiswa. Langkah yang dilakukan dapat dilakukan dengan cara pengembangan sumber daya manusia, misalnya melakukan studi-studi tambahan pada tenaga kerja, sehingga diperoleh kualitas SDM yang mampu berimprovisasi dan memiliki kreatifitas yang tinggi.
- d. Berdasarkan tingkat penghasilan konsumen menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan persepsi konsumen terhadap atribut kualitas ketebalan dan tekstru bahan serta kualitas bahan yang tidak panas. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin besar tingkat pendapatan konsumen semakin kecil persepsi terhadap kedua atribut tersebut. Untuk itu pihak Distro harus dapat memberikan pelayanan terutama pada konsumen yang berpendapatan diatas Rp.760.000 yang selama ini masih memiliki persepsi paling rendah. Hal ini wajar, karena tingkat pendapatan seseorang akan berpengaruh terhadap perilaku beli konsumen. Semakin besar tingkat pendapatan maka semakin besar pula keinginan konsumen untuk

mendapatkan produk yang berkualitas. Produk-produk Slackers Distro merupakan produk lokal, sehingga kualitas bahan yang digunakan mungkin belum sebanding dengan kualitas pada produk impor. Untuk itu harus dipertimbangkan lagi dengan menawarkan produk-produk baru dengan kualitas yang lebih baik, sehingga tidak hanya konsumen yang berpendapatan rendah saja, tetapi juga diminati oleh konsumen yang berpendapatan tinggi.

