

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Gambaran Umum Responden

#### 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari penelitian terhadap 100 orang responden yang diteliti, jenis kelamin responden dapat ditunjukkan dalam tabel berikut :

**Tabel 4.1**

**Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase (%)
1	Pria	41	41
2	Wanita	59	59
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data primer yang diolah*

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat distribusi tertinggi menurut jenis kelamin adalah wanita yaitu sebesar 59%, sedangkan responden pria sebesar 41%.

#### 2. Responden Berdasarkan Usia

Dari penelitian terhadap 100 orang responden yang diteliti, usia responden dapat ditunjukkan dalam tabel berikut :

**Tabel 4.2**

**Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

No.	Kelompok Usia	Frekuensi	Prosentase ( % )
1	< 20 tahun	7	7
2	21 - 25 tahun	25	25
3	26 - 30 tahun	20	20
4	31 - 35 tahun	27	27
5	Diatas 35 tahun	21	21
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data primer yang diolah*

Berdasarkan table 4.2 dapat dilihat disribusi tertinggi menurut usia terdapat pada kelompok umur 31 – 35 tahun, yaitu sebesar 27% dan yang terendah terdapat pada kelompok umur kurang dari 20 tahun, yaitu sebesar 7%.

### 3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari penelitian terhadap 100 orang responden yang diteliti, pekerjaan responden dapat ditunjukkan dalam tabel berikut :

**Tabel 4.3**

**Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Prosentase ( % )
1.	PNS	18	18%
2.	Pegawai Swasta	34	34%
3.	Wirasawsta	15	15%
4.	Pelajar/Mahasiswa	10	10%
5.	Lain-lain	23	23%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah*

Berdasarkan table 4.3 dapat dilihat distribusi tertinggi menurut pekerjaan terdapat pada responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta, yaitu sebanyak 34% dan distribusi terendah terdapat pada responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, yaitu sebanyak 10%.

### 4. Responden Berdasarkan Penghasilan/Bulan

Dari penelitian terhadap 100 orang responden yang diteliti, penghasilan/bulan responden dapat ditunjukkan dalam tabel berikut :

**Tabel 4.4**

**Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan/Bulan**

No.	Penghasilan	Frekuensi	Prosentase ( % )
1.	< 250.0000	11	11%
2.	250.000 – 500.000	2	2%
3.	500.000 – 750.000	7	7%
4.	750.000 – 1.000.000	22	22%
5.	Diatas 1.000.000	58	58%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah*

Pada tabel 4.4 terlihat responden tertinggi adalah responden dengan penghasilan diatas Rp1.000.000, yaitu sebanyak 58 orang (58%), kemudian diikuti oleh responden dengan penghasilan Rp750.000 – Rp1.000.000 sebanyak 22 orang (22%). Diantara responden terdapat

responden pelajar/mahasiswa dimana penghasilan bagi mereka adalah uang saku yang diterima/bulan.

#### 4.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Dalam data deskriptif ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai hasil penelitian berdasarkan jawaban responden terhadap masing-masing variabel penelitian. Hasil tersebut selanjutnya akan menunjukkan rata-rata jawaban responden, sehingga kategori tanggapan responden untuk masing-masing variabel dapat diketahui. Hasil penelitian dari 100 orang responden terhadap item-item pertanyaan untuk masing-masing variabel memberikan hasil sebagai berikut

##### 1. Perilaku Lampau.

Tanggapan responden terhadap perilaku lampau diperoleh dari 6 indikator. Secara keseluruhan tanggapan responden terhadap perilaku lampau dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.5**

**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Lampau**

Kues	Variabel	STS		TS		N		S		SS		Total Skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
	<b>Perilaku Lampau (X<sub>1</sub>)</b>												
1	Harga barang yang terjangkau	0	0	3	6	33	99	56	224	8	40	369	Setuju
2	Macam-macam pelayanan	0	0	8	16	36	108	50	200	4	20	344	Setuju
3	Kecepatan Kasir	1	1	8	16	39	117	50	200	2	10	344	Setuju
4	Kelengkapan barang	0	0	13	26	35	105	46	184	6	30	345	Setuju
5	Kemudahan parkir	0	0	9	18	32	96	49	196	10	50	360	Setuju
6	Penataan Layout	0	0	12	24	36	108	45	180	7	35	347	Setuju
<b>Rata-Rata</b>											<b>351,5</b>		

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.5 terlihat bahwa untuk variable perilaku lampau, tanggapan responden tertinggi terjadi pada pertanyaan tentang harga yang terjangkau yaitu sebesar 369. Hal ini menunjukkan bahwa faktor harga yang menjadi pertimbangan utama responden loyal untuk berbelanja di ADA Swalayan Pedurungan. Disamping itu, pada macam

pelayanan dan kecepatan kasir, konsumen masih melihat bahwa terdapat kekurangan pada macam pelayanan dan kecepatan kasir dimana hal tersebut dibuktikan dengan skor yang diperoleh yang merupakan skor yang terendah.

## 2. Norma Subyektif.

Tanggapan responden terhadap norma subyektif diperoleh dari 3 indikator. Secara keseluruhan tanggapan responden terhadap norma subyektif dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.6**

### **Tanggapan Responden Terhadap Variabel Norma Subyektif**

Kues	Variabel	STS		TS		N		S		SS		Total Skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
	<b>Norma Subyektif ( X<sub>2</sub> )</b>												
7	Referensi dari keluarga	0	0	0	0	24	72	71	284	5	25	381	Setuju
8	Referensi dari teman anda	0	0	1	2	35	105	56	224	8	40	371	Setuju
9	Pengalaman anda sendiri	0	0	7	14	39	117	53	212	1	5	348	Setuju
<b>Rata-Rata</b>											<b>366,67</b>		

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.6 terlihat bahwa untuk variable norma subyektif, tanggapan responden tertinggi terjadi pada pertanyaan tentang referensi dari keluarga yaitu sebesar 381. Hal ini menunjukkan bahwa referensi keluarga yang menjadi pertimbangan utama responden untuk berbelanja di ADA Swalayan Pedurungan.

### 3. Loyalitas Konsumen.

Tanggapan responden terhadap loyalitas konsumen diperoleh dari 3 indikator. Secara keseluruhan tanggapan responden terhadap loyalitas konsumen dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.7**

#### Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Konsumen

Kues	Variabel	STS		TS		N		S		SS		Total Skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
	<b>Loyalitas Konsumen ( Y )</b>												
10	Keinginan untuk berbelanja lagi di ADA	0	0	4	8	26	78	64	256	4	20	362	Setuju
11	Bersedia merekomendasikan pada orang lain untuk berbelanja di Swalayan ADA	1	1	12	24	44	132	39	156	4	20	333	Netral
12	Keinginan untuk tidak berpindah ke tempat lain	0	0	1	2	26	78	67	268	6	30	378	Setuju
<b>Rata-Rata</b>												<b>357,67</b>	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.7 terlihat bahwa untuk variabel loyalitas konsumen, tanggapan responden tertinggi terjadi pada pertanyaan tentang tidak akan berpindah tempat berbelanja yaitu sebesar 378. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yakin akan kembali berbelanja di ADA Swalayan Pedurungan.

Berdasarkan tabel 4.5 terlihat bahwa, tanggapan responden terhadap perilaku lampau menunjukkan skor 35,5 yang berarti berada diantara rentang skala 340,1 – 420 atau pada kategori setuju. Hal ini memiliki arti bahwa harga barang yang terjangkau, pembayaran yang mudah, kasir melayani dengan cepat, barangnya lengkap, tempat parkir luas dan *layout* memudahkan pencarian barang. Namun apabila memperhatikan data frekuensi pada setiap indikator terdapat data frekuensi yang perlu mendapatkan perhatian yaitu cukup banyak responden yang menjawab netral (32 – 39 orang) dan tidak setuju (3 – 13 orang). Artinya, cukup

banyak responden yang tidak dapat memberikan penilaian terhadap variabel perilaku lampau. Perhatian terhadap hal ini diperlukan agar ke depan tanggapan terhadap indikator ini mengarah ke setuju dan sangat setuju.

### 4.3. Hasil Analisis Penelitian

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi dengan maksud untuk menguji sejauh mana arah dan tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen yaitu Perilaku Lampau ( $X_1$ ) dan Norma Subyektif ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Konsumen ( $Y$ ). Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut :

#### 4.3.1. Hasil Analisis Regresi

Hasil analisis regresi dapat dilihat pada tabel 4.8. dibawah ini :

**Tabel 4.8.**

**Hasil Analisis Regresi**

Variabel Independen	Variabel Dependen : Loyalitas Konsumen ( Y )
	Koefisien Regresi
Perilaku Lampau ( $X_1$ )	0,452
Norma Subyektif ( $X_2$ )	0,455
Konstanta : 0,347	

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.8. di atas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,347 + 0,452 \text{ Perilaku Lampau} + 0,455 \text{ Norma Subyektif} + e$$

1. Koefisien variabel Perilaku Lampau (  $X_1$  ) bertanda (+) positif. Hal ini berarti bahwa apabila perilaku lampau semakin baik maka loyalitas konsumen akan semakin baik. Sebaliknya, bila perilaku lampau semakin jelek maka loyalitas konsumen juga jelek.
2. Koefisien variabel Norma Subyektif (  $X_2$  ) bertanda (+) positif. Hal ini berarti bahwa apabila norma subyektif semakin baik maka loyalitas konsumen akan semakin baik. Sebaliknya, bila norma subyektif semakin jelek maka loyalitas onsumen juga jelek.

### 4.3.2. Pengujian Hipotesis

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel dependen yaitu perilaku lampau dan norma subyektif. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai sebagai berikut :

**Tabel 4.9.**  
**Hasil Uji t**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.347	.347		1.002	.319					
	Perilaku Lampau	.452	.084	.467	5.390	.000	.669	.480	.378	.653	1.530
	Norma Subyektif	.455	.115	.342	3.948	.000	.617	.372	.277	.653	1.530

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Data primer yang diolah

#### 1. Pengaruh Perilaku Lampau Terhadap Loyalitas

Nilai signifikansi perilaku lampau sebesar  $0,000 < 0,005$  ;  $H_1$  diterima yang berarti ada pengaruh perilaku lampau terhadap loyalitas konsumen.

#### 2. Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Loyalitas

Variabel norma subyektif mempunyai nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,005$  ;  $H_2$  diterima yang berarti ada pengaruh norma subyektif terhadap loyalitas konsumen

Dari hasil diatas kedua variabel yaitu perilaku lampau dan norma subyektif mempunyai nilai signifikansi  $<$  taraf signifikansi ( $0,005$ ) yang berarti kedua hipotesis diterima sehingga dapat dikatakan bahwa variabel perilaku lampau dan norma subyektif berpengaruh terhadap loyalitas konsumen berbelanja di ADA Swalayan Pedurungan.

### 3. Pengaruh Perilaku Lampau dan Norma Subyektif Terhadap Loyalitas

Dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independent (perilaku lampau dan norma subyektif) secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen ADA Swalayan Pedurungan.

**Tabel 4.10.**

#### Hasil Uji F

##### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.439	2	7.219	53.328	.000 <sup>a</sup>
	Residual	13.132	97	.135		
	Total	27.571	99			

a. Predictors: (Constant), Norma Subyektif, Perilaku Lampau

b. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : Data primer yang diolah

Hipotesis yang akan diuji adalah :

Ho :  $\beta \neq 0$  ; Ada pengaruh Perilaku Lampau dan Norma Subyektif terhadap Loyalitas Konsumen.

Berdasarkan tabel 4.10, untuk kedua variabel yaitu perilaku lampau dan norma subyektif diperoleh nilai signifikansi yaitu 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi (0,005) sehingga H3 diterima. Hal itu berarti bahwa koefisien regresi dari perilaku lampau dan norma subyektif adalah signifikan atau dapat dikatakan bahwa kedua variabel berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen.

#### 4.4. Implikasi Manajerial

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel dimana dalam penelitian ini, variabel perilaku lampau mempunyai skor rata-rata terendah maka perusahaan harus dapat mengevaluasi strategi yang berkaitan dengan perilaku lampau seperti harga yang pantas, macam – macam pelayanan, keramahan pramuniaga, kelengkapan barang, kemudahan parkir dan penataan lay out sehingga semua variabel tersebut mengarah pada jawaban



setuju dan sangat setuju dengan usaha yang dapat dilakukan seperti penataan kembali layout, menyesuaikan harga barang, menambah kenyamanan tempat parkir dan meningkatkan kemablai keramahan pramuniaga dengan pelatihan. Sedangkan variabel norma subyektif yang meliputi refrensi keluarga, teman dan pengalaman pribadi, maka pihak perusahaan harus senantiasa berbenah diri agar dapat memberikan pengalaman konsumen yang lebih berkesan saat berbelanja di ADA Swalayan Pedurungan sehingga dapat menjadi refrensi yang baik bagi calon konsumen lain.