

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

Deskripsi data hasil penelitian merupakan gambaran umum mengenai hasil pengolahan data dari dua variabel dalam penelitian ini yang diperoleh melalui proses pengisian kuesioner oleh 55 responden. Pengolahan skor dalam hasil penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan terapan.

Deskripsi data dikelompokkan menjadi dua bagian sesuai dengan jumlah variabel penelitian. Kedua bagian tersebut adalah data loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat dan data suasana toko sebagai variabel bebas. Secara lengkap dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Data Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan memiliki 28 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas, instrument penelitian tersebut terbagi kedalam tiga indikator yaitu perilaku pembelian, perilaku merekomendasi, dan perilaku penolakan untuk berpaling. Dimana perilaku pembelian memiliki sub indikator proporsi pembelian dan pembelian berulang. Perilaku merekomendasi memiliki sub indikator merekomendasikan keunggulan toko dan merekomendasikan pengalaman berbelanja. Perilaku penolakan untuk berpaling memiliki sub indikator toleransi, tidak beralih, dan membela toko.

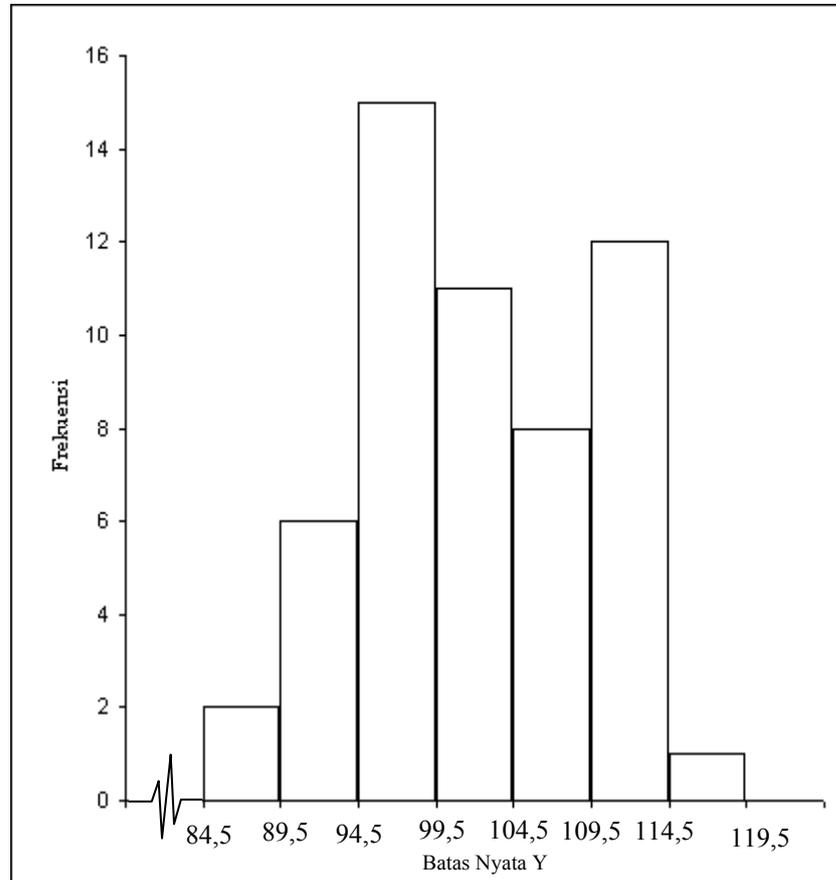
Data yang diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian yang berupa skala likert sebanyak 28 pernyataan oleh 55 responden dan berdasarkan perhitungan data diperoleh skor terendah 85 dan skor tertinggi 117, jumlah skor adalah 5628, sehingga skor rata-rata (\bar{Y}) sebesar 102,327; varians (S^2) sebesar 56,446 dan simpangan baku (S) sebesar 7,513. (proses perhitungan terdapat pada lampiran 25).

Distribusi frekuensi data loyalitas pelanggan dapat dilihat pada tabel IV. 1 dimana rentang skor adalah 32, banyaknya kelas interval 7, panjang kelas 5 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 18).

Tabel IV.1
Distribusi Frekuensi Loyalitas Pelanggan

Kelas Interval	Frek. Absolut	Frek. Relatif	Bts Bawah	Bts Atas
85 - 89	2	3,6%	83,5	88,5
90 - 94	6	10,9%	88,5	93,5
95 - 99	15	27,3%	93,5	98,5
100 - 104	11	20,0%	98,5	103,5
105 - 109	8	14,5%	103,5	108,5
110 - 114	12	21,8%	108,5	113,5
115 - 119	1	1,8%	113,5	118,5
	55	100%		

Untuk mempermudah penafsiran data loyalitas pelanggan, dapat dilihat pada gambar IV.1.



Gambar IV.1

Grafik Histogram Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan grafik histogram pada gambar IV. 1 dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel loyalitas pelanggan yaitu 15 terletak pada interval kelas ke-3 (tiga) antara 94.5-99.5 dengan frekuensi relatif sebesar 27,3%, dan frekuensi terendahnya adalah 1 terletak pada interval kelas ke-7 (tujuh) yakni antara 114.5-119.5 dengan frekuensi relatif sebesar 1,8 %.

2. Data Variabel Suasana Toko

Suasana toko memiliki 34 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas, instrumen penelitian tersebut terbagi kedalam empat indikator yaitu tampilan eksterior, tampilan interior, perencanaan toko dan penyajian barang dagang. Tampilan eksterior memiliki sub indikator bagian muka toko, symbol nama/merek, pintu masuk, dan ukuran dan bentuk toko. Indikator tampilan interior memiliki sub indikator warna, pencahayaan, temperatur, bau dan suara. Indikator perencanaan toko memiliki sub indikator tata letak dan gang untuk lalu lalang. Dan indikator penyajian barang dagang memiliki sub indikator pemajangan produk dan *display* harga.

Data yang diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian yang berupa skala likert sebanyak 34 pernyataan oleh 55 responden dan berdasarkan hasil perhitungan data suasana toko diperoleh skor terendah 107 dan skor tertinggi 140, jumlah skor adalah 6913, skor rata-rata (\bar{X}) sebesar 125,691; varians (S^2) sebesar 77,773 dan simpangan baku (S) sebesar 8,819. (proses perhitungan terdapat pada lampiran 25).

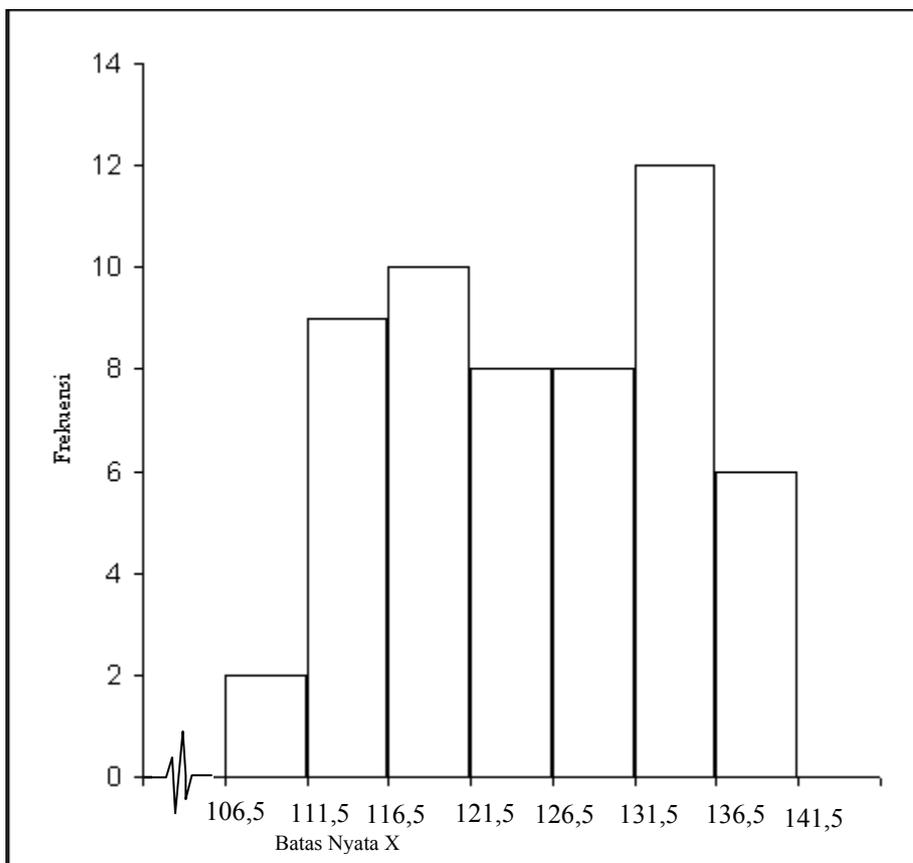
Distribusi frekuensi data suasana toko dapat dilihat pada tabel IV.2 dimana rentang skor adalah 33, banyaknya kelas interval 7, panjang kelas 5. (proses perhitungan terdapat pada lampiran 21).

Tabel IV.2
Distribusi Frekuensi Suasana Toko

Kelas Interval	Frek. Absolut	Frek. Relatif	Bts Bawah	Bts Atas
107 - 111	2	3,64%	106,5	111,5
112 - 116	9	16,36%	111,5	116,5
117 - 121	10	18,18%	116,5	121,5
122 - 126	8	14,55%	121,5	126,5
127 - 131	8	14,55%	126,5	131,5
132 - 136	12	21,82%	131,5	136,5
137 - 141	6	10,91%	136,5	141,5
	55	100%		

Untuk mempermudah penafsiran data suasana toko, dapat dilihat pada gambar IV.2.

Berdasarkan grafik histogram pada gambar IV. 2 dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel suasana toko yaitu 12 terletak pada interval kelas ke-6 (enam) antara 131,5-136,5 dengan frekuensi relatif sebesar 21,82%, dan frekuensi terendahnya adalah 2 terletak pada interval kelas ke-1 (satu) yaitu antara 106,5-111,5 dengan frekuensi relatif sebesar 3,64 %.

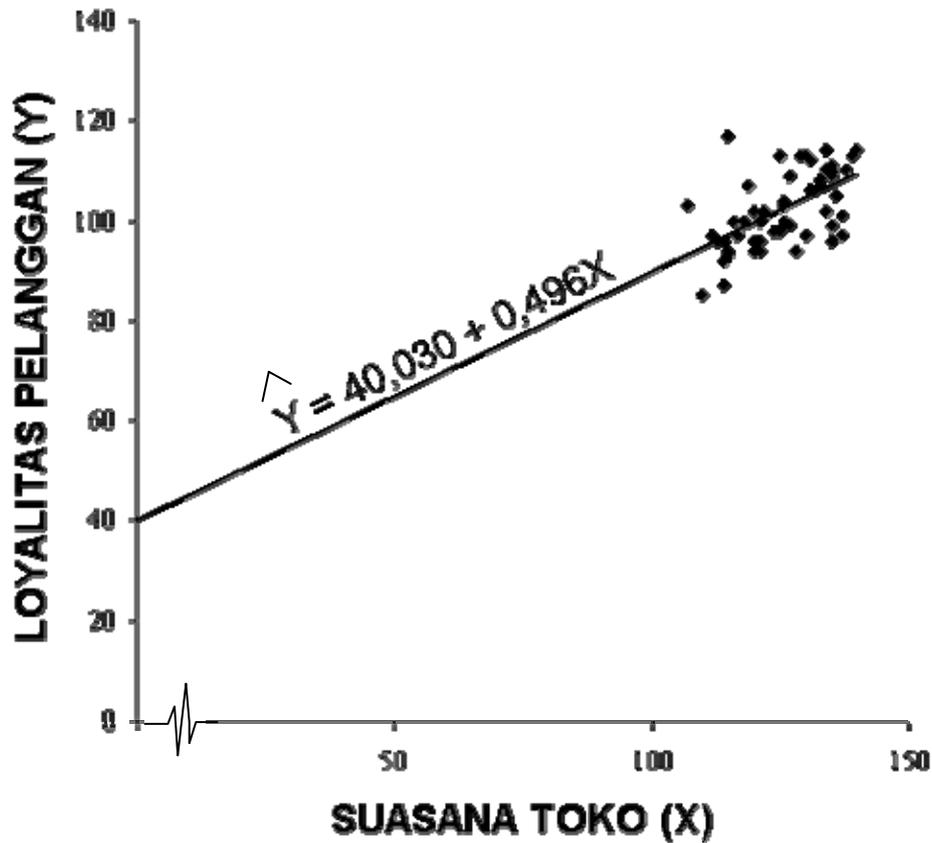


Gambar IV.2
Grafik Histogram Suasana Toko

B. Persamaan Garis Regresi

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara suasana toko dengan loyalitas pelanggan menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,496 dan konstanta sebesar 40,030. Dengan demikian bentuk hubungan antara suasana toko (variabel X) dan loyalitas pelanggan (variabel Y), memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 40.030 + 0.496X$.

Persamaan garis linier regresi $\hat{Y} = 40,030 + 0,496X$ dapat dilukiskan pada gambar IV.3 berikut ini:



Gambar IV.3
Persamaan Garis Regresi
($\hat{Y} = 40.030 + 0.496X$)

C. Pengujian Persyaratan Analisis

Pengujian normalitas variabel dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas X dilakukan dengan menggunakan uji Liliefors pada taraf signifikan $\alpha = 0.05$ untuk sample sebanyak 55 orang responden, dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila $L_{hitung} (L_o) < L_{tabel} (L_t)$ dan jika sebaliknya maka galat taksiran Y atas X tidak berdistribusi normal.

Dari hasil perhitungan Uji Liliefors, L_{hitung} (L_o) maksimum sebesar 0.076 sedangkan L_{tabel} pada taraf nyata (α) 0.05 diperoleh nilai sebesar 0.119, ternyata $L_{hitung} < L_{tabel}$ atau $0.076 < 0.119$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa galat taksiran Y atas X berdistribusi normal. Dengan demikian penelitian dapat dilanjutkan pada pengujian hipotesis yang menggunakan analisis korelasi dan regresi. (Perhitungan lengkap terdapat pada lampiran 31).

Untuk lebih jelasnya hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel IV.3.

Tabel IV. 3
Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran $Y-\hat{Y}$

No.	Galat Taksiran	L_o	L_{tabel} (0.05)	Keputusan	Keterangan
1	Y atas X	0.067	0.134	Terima H_o	Normal

D. Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah “Diduga terdapat hubungan yang positif antara suasana toko dengan loyalitas pelanggan”. Dengan kata lain diduga bahwa semakin kondusif suasana toko maka semakin kuat/tinggi loyalitas pelanggan terhadap toko, dan sebaliknya makin tidak kondusif suasana toko maka makin rendah pula loyalitas pelanggan terhadap toko.

Selanjutnya dilakukan uji keberartian (signifikansi) dan linieritas persamaan regresi suasana toko dengan loyalitas pelanggan yang hasil perhitungan disajikan dalam tabel IV.4 (Perhitungan lengkap terdapat pada lampiran 33, 34, 35 dan 36)

Tabel IV. 4
Tabel ANAVA Untuk Pengujian Signifikansi
dan Linearitas Persamaan Regresi
Suasana Toko (X) dengan Loyalitas Pelanggan (Y)
 $\hat{Y} = 40.030 + 0.496X$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel} (0.05)
Total	55	578946			
Regresi (a)	1	575897,89			
Regresi (b/a)	1	1031,71	1031,71	27,12	4,027 *)
Residu	53	2016,40	38,05		
Tuna Cocok	28	951,07	33,97	0,80	1,840 ^{ns)}
Galat Kekeliruan	25	1065,33	42,61		

Keterangan :

*) : Regresi berarti $F_{hitung} (27,12) > F_{tabel} (4,027)$

^{ns)} : Regresi linier $F_{hitung} (0,80) < F_{tabel} (1,84)$

Pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut $(n-2) = 53$ pada $\alpha = 0.05$ diperoleh $F_{hitung} = 27,12$, sedangkan $F_{tabel} = 4,027$. Dari hasil pengujian seperti ditunjukkan pada tabel IV.8 menunjukkan bahwa $F_{hitung} = 27,12 > F_{tabel} = 4,027$ sehingga regresi berarti.

Untuk tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linearitas regresi dengan dk pembilang $(k-2) = 28$ dan dk penyebut $(n-k) = 25$ dengan $\alpha = 0.05$ diperoleh $F_{hitung} = 0,80$ sedangkan $F_{tabel} = 1,84$. Karena $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka regresi linier.

Hasil pengujian pada tabel di atas menyimpulkan bahwa bentuk hubungan antara suasana toko dengan loyalitas pelanggan adalah linier dan signifikan. Selanjutnya persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor suasana toko akan mengakibatkan kenaikan loyalitas pelanggan sebesar 0,496 skor pada konstanta 40,030.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa bukan secara kebetulan suasana toko mempunyai hubungan positif dengan loyalitas pelanggan melainkan didasarkan pada analisis statistik yang menguji signifikansi hubungan dengan taraf signifikan ($\alpha = 0.05$).

Analisis koefisien korelasi berguna untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel X dan Y. Hasil perhitungan koefisien korelasi antara suasana toko dengan loyalitas pelanggan diperoleh koefisien korelasi $r_{xy} = 0.582$ (proses perhitungan dapat dilihat pada lampiran 37). Untuk uji signifikansi koefisien korelasi disajikan pada tabel IV.5.

Tabel IV.5
Pengujian Signifikansi
Koefisien Korelasi antara X dan Y

Koefisien antara X dan Y	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	t_{hitung}	t_{tabel}
	0.582	33,85 %	5,207	1,671

Keterangan: $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,207 > 1,671$ maka H_0 ditolak atau terdapat koefisien yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y.

Berdasarkan pengujian signifikansi koefisien korelasi antara pasangan skor suasana toko dengan loyalitas pelanggan sebagaimana terlihat pada tabel IV.9 di atas diperoleh $t_{hitung} = 5,207$ dan $t_{tabel} = 1,675$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,582$ adalah signifikan. Artinya dapat dikatakan bahwa

terdapat hubungan yang positif antara suasana toko dengan loyalitas pelanggan dengan koefisien determinasi $rx^2 = (0,582)^2 = 0,3385$. Hal ini berarti sebesar 33,85% variasi loyalitas pelanggan ditentukan oleh suasana toko, sedangkan 66,15 % variasi loyalitas pelanggan di tentukan oleh faktor-faktor lainnya. (proses perhitungan dapat dilihat pada lampiran 39).

E. Interpretasi Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara suasana toko dengan loyalitas pelanggan toko Giant pada warga RW 008 Petukangan Utara Jakarta Selatan yang ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar 5,207 jauh lebih besar dari pada nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi $\alpha = 0.05$ yaitu 1.671. Pola hubungan antar kedua variabel ini dinyatakan oleh persamaan regresi $\hat{Y} = 40.030 + 0.496X$. Persamaan ini memberikan informasi bahwa setiap perubahan 1 tingkat suasana toko akan mengakibatkan kenaikan loyalitas pelanggan sebesar 0,496 pada konstanta 40,030.

Hasil analisis korelasi sederhana antara suasana toko dengan loyalitas pelanggan diperoleh nilai koefisien korelasi rx sebesar 0,582. Nilai ini memberikan pengertian bahwa ada keterkaitan positif antara suasana toko dengan loyalitas pelanggan, karena nilai r sebesar 0,582 artinya semakin kondusif suasana toko maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan terhadap toko. Demikian pula sebaliknya, makin tidak kondusif suasana toko, makin rendah pula loyalitas pelanggan terhadap toko.

Besarnya variasi variabel loyalitas pelanggan ditentukan oleh variabel suasana toko dan dapat diketahui dengan cara mengkuadratkan nilai koefisien

korelasi sederhananya. Hasil pengkuadratan nilai koefisien korelasi sederhananya adalah sebesar 0,3385, secara statistik nilai ini memberikan pengertian bahwa kurang lebih 33,85 % variasi perubahan loyalitas pelanggan toko. Dengan pola hubungan fungsional seperti ditunjukkan oleh persamaan regresi tersebut di atas, terlihat lebih kurang 33,85 % variasi pasangan skor kedua variabel tersebut akan berdistribusi dan mengikuti pola hubungan antara suasana toko dengan loyalitas pelanggan sesuai persamaan garis regresi $\hat{Y} = 40,030 + 0,496 X$.

F. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak sepenuhnya sampai pada tingkat kebenaran mutlak. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan yang dilakukan selama melakukan penelitian ini, diantaranya adalah:

- a. Keterbatasan faktor yang diteliti yakni hanya mengenai hubungan antara suasana toko dengan loyalitas pelanggan. Sementara loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh banyak faktor.
- b. Keterbatasan waktu, tenaga dan biaya dalam menyelesaikan penelitian ini, sehingga intensitas penelitian tidak selancar seperti yang diharapkan.