

BAB V

ANALISIS DAN INTERPRETASI HASIL

Bab ini membahas interpretasi pengolahan data yaitu analisis berdasarkan pengolahan data pada bab sebelumnya sehingga hasil kuantitatif dapat diuraikan secara kualitatif.

5.1. Analisis Profil dan Data Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah warga Dusun Serangan Colomadu Karanganyar yang mengkonsumsi rokok merek Djarum Super. Data umum yang dikumpulkan meliputi data jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan responden per bulan.

Keseluruhan responden dalam penelitian ini sebanyak 30 orang responden semuanya berjenis kelamin laki – laki. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas perokok yang mengkonsumsi rokok merek Djarum Super adalah laki-laki sesuai dengan persepsi umum bahwa mayoritas perokok berjenis kelamin laki-laki.

Jumlah responden yang berusia 17-26 tahun adalah sebanyak 6 orang, 27-36 sebanyak 12 orang, 37-46 sebanyak 10 orang, dan lebih dari 47 tahun sebanyak 2 orang. Mayoritas responden berada pada kisaran usia 27-36 tahun yang merupakan usia dimana mereka sudah mulai berpikiran dewasa dan bekerja.

Jumlah terbesar responden bekerja sebagai wiraswasta, yaitu sejumlah 9 orang. Sedangkan jumlah responden yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 8 orang, pegawai negeri sebanyak 7 orang dan responden yang bekerja

sebagai buruh sebanyak 6 orang. Mayoritas responden bekerja sebagai wiraswasta karena pada waktu pelaksanaan survei banyak dijumpai responden yang sesuai dengan kriteria dalam penelitian. Hal ini tidak lepas dari metode pengambilan sampel yaitu *accidental sampling*, dimana sampel yang diambil merupakan sampel yang paling mudah dijumpai pada saat pelaksanaan survei dan responden yang bekerja sebagai wiraswasta memang memiliki lebih banyak waktu dikarenakan pekerjaan mereka yang tidak terikat oleh instansi atau orang lain.

Sebanyak 9 responden mempunyai kisaran uang saku / penghasilan Rp 400.000 - Rp 500.000 perbulan, 6 orang responden mempunyai uang saku / penghasilan Rp 300.000 – Rp 400.000 per bulan, 6 orang responden mempunyai penghasilan / uang saku lebih dari Rp. 600.000 per bulan, 6 orang responden mempunyai uang saku / penghasilan sebesar Rp 500.000 – 600.000 perbulan, dan 3 orang responden memiliki uang saku / penghasilan dibawah Rp 300.000 per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sudah mapan dan memiliki penghasilan yang cukup untuk membeli kebutuhan di luar kebutuhan pokok mereka.

5.2. Pengaruh Kualitas, Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Kesetiaan Konsumen pada Merek Rokok Djarum Super

Berdasarkan hasil penelitian tentang tingkat pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap merek produk rokok X diperoleh hasil pengujian regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = -2,455 + 0,014X_1 - 0,006X_2 + 0,109X_3 + 0,363X_4.$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut diperoleh nilai konstanta sebesar -2,455 dengan parameter negatif, hal ini berarti apabila tidak ada produk, harga, distribusi dan promosi maka loyalitas konsumen terhadap produk rokok X sebesar -2,455 atau dengan kata lain loyalitas konsumen tidak ada. Nilai koefisien regresi untuk produk sebesar 0,014 dengan parameter positif, hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan pada produk, maka loyalitas konsumen pada produk rokok X semakin mengalami peningkatan. Nilai koefisien regresi untuk harga sebesar -0,006 dengan parameter negatif, hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan pada harga, maka loyalitas konsumen pada produk rokok X semakin mengalami penurunan. Nilai koefisien regresi untuk distribusi sebesar 0,109 dengan parameter positif, hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan pada distribusi, maka loyalitas konsumen pada produk rokok X semakin mengalami peningkatan. Nilai koefisien regresi untuk promosi sebesar 0,363 dengan parameter positif, hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan pada promosi, maka loyalitas konsumen pada produk rokok X semakin mengalami peningkatan. Dengan nilai beta yang diperoleh pada variabel promosi lebih besar jika dibandingkan dengan variabel-variabel yang lain yaitu sebesar 0,520; hal ini menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada produk rokok X adalah promosi.

Hasil pengujian pengaruh secara parsial untuk variabel produk diperoleh $t_{hitung} 0,237 < 2,060$ sehingga **Ho diterima**, artinya bahwa produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, untuk variabel harga diperoleh $t_{hitung} -0,061 < 2,060$ sehingga **Ho diterima**, artinya bahwa harga tidak

berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, untuk variabel distribusi diperoleh $t_{hitung} 1,549 < 2,060$ sehingga **Ho diterima**, artinya bahwa distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dan untuk variabel promosi diperoleh $t_{hitung} 3,086 > 2,060$ sehingga **Ho ditolak**, artinya bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Hasil pengujian secara simultan diperoleh $F_{hitung} 2,824 > 2,76$ sehingga **Ho ditolak**, artinya produk, harga, distribusi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Adapun dengan nilai R^2 sebesar 0,311 berarti produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 31,1%. Sedangkan sisanya sebesar 68,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

