

## BAB IV

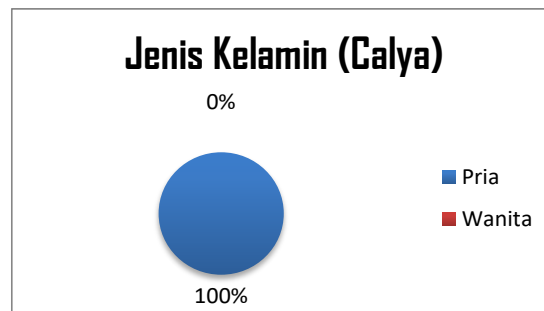
### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Data

Deskriptif adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau general. Dalam deskripsi data penulis menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian dilihat dari karakteristik yang dimiliki oleh responden tersebut. Karakteristik yang dimaksud antara lain :

##### 4.1.1 Jenis Kelamin

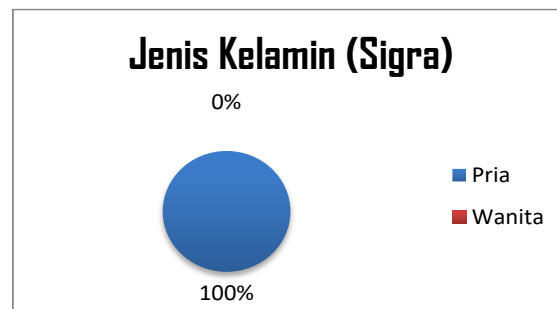
Gambaran umum mengenai pengguna Toyota Calya dan pengguna Daihatsu Sigra di kota Bandar Lampung berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut :



Sumber : Data Olahan 2019

**Gambar 4.1 Karakteristik Responden Toyota Calya  
berdasar Jenis Kelamin**

Berdasarkan gambar 4.1 dapat diketahui bahwa responden dengan jumlah tertinggi adalah pria yaitu sebesar 100 persen atau sebanyak 100 orang responden (seluruh). Ini menunjukkan bahwa pengguna Toyota Calya didominasi oleh pria.



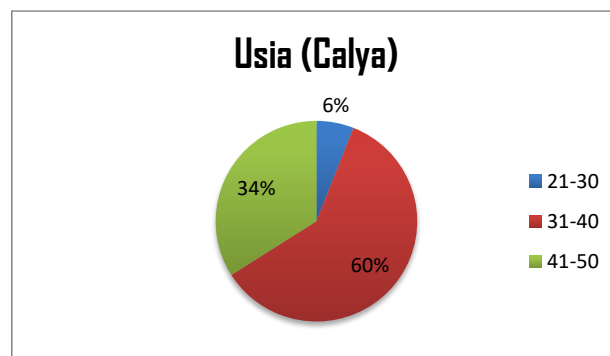
Sumber : Data Olahan 2019

**Gambar 4.2 Karakteristik Responden Daihatsu Sigra berdasar Jenis Kelamin**

Berdasarkan data pada gambar 4.2 jumlah responden tertinggi adalah pria yaitu sebesar 100 persen atau sebanyak 100 orang responden (seluruh). Ini menunjukkan pengguna Daihatsu Sigra didominasi oleh pria.

#### 4.1.2 Usia

Gambaran umum mengenai pengguna Toyota Calya dan Daihatsu Sigra di kota Bandar Lampung berdasarkan karakteristik usia adalah sebagai berikut :

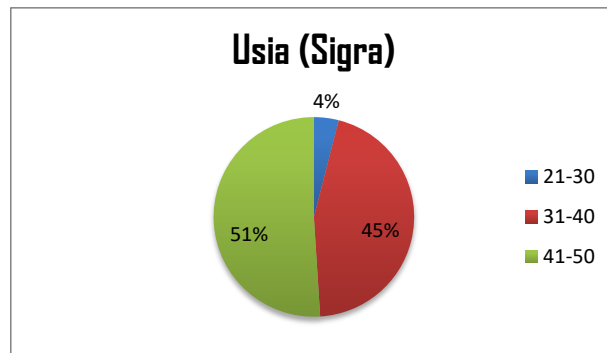


Sumber : Data Olahan 2019

**Gambar 4.3 Karakteristik Responden Toyota Calya berdasar Usia**

Berdasarkan gambar 4.3 dapat diketahui bahwa karakteristik responden dengan usia 31-40 tahun menempati posisi tertinggi yaitu sebesar 60 persen atau sebanyak 60 orang responden. Ini

menunjukkan bahwa pengguna Toyota Calya didominasi oleh pengguna dengan rentang usia 31-40 tahun.



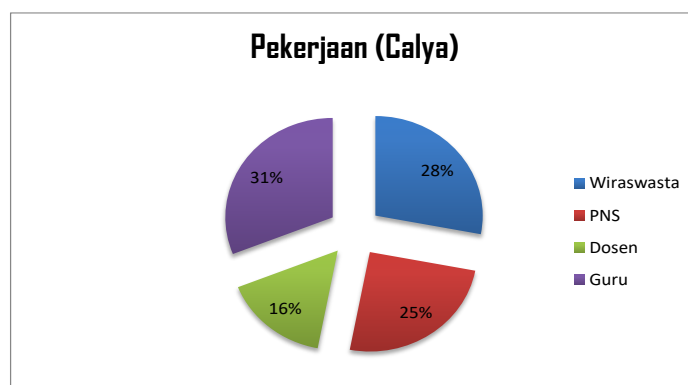
Sumber : Data Olahan 2019

**Gambar 4.4 Karakteristik Responden Daihatsu Sigra berdasar Usia**

Berdasarkan gambar 4.4 karakteristik responden dengan usia 41-50 tahun menempati posisi tertinggi yaitu sebesar 51 persen atau sebanyak 51 orang responden. Ini menunjukkan bahwa pengguna Daihatsu Sigra didominasi oleh pengguna dengan rentang usia 41-50 tahun.

#### 4.1.3 Pekerjaan

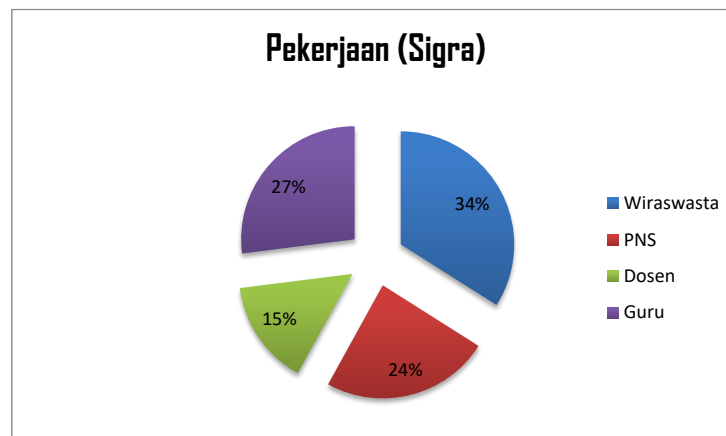
Gambaran umum mengenai pengguna Toyota Calya dan Daihatsu Sigra di kota Bandar Lampung berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut :



Sumber : Data Olahan 2019

**Gambar 4.5 Karakteristik Responden Toyota Calya berdasar Pekerjaan**

Berdasarkan gambar 4.5 dapat diketahui bahwa karakteristik responden dengan pekerjaan sebagai guru menempati posisi tertinggi yaitu sebesar 31 persen atau sebanyak 31 orang responden. Ini menunjukkan bahwa pengguna Toyota Calya didominasi oleh guru.



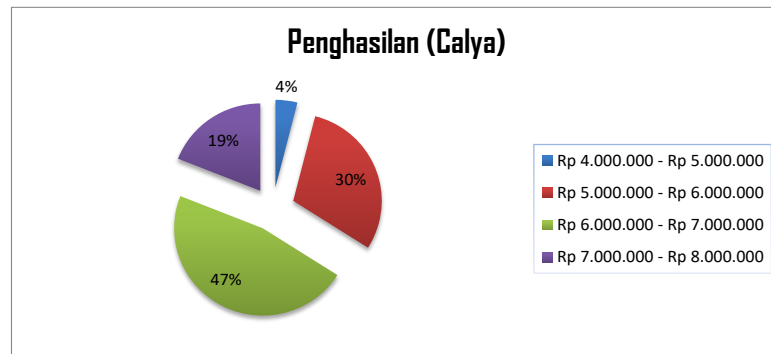
Sumber : Data Olahan 2019

**Gambar 4.6 Karakteristik Responden Daihatsu Sigra berdasar Pekerjaan**

Berdasarkan gambar 4.6 dapat diketahui bahwa karakteristik responden dengan pekerjaan wiraswasta menempati posisi tertinggi yaitu 34 persen atau sebanyak 34 orang responden. Ini menunjukkan bahwa pengguna Daihatsu Sigra didominasi oleh wiraswasta.

#### 4.1.4 Penghasilan

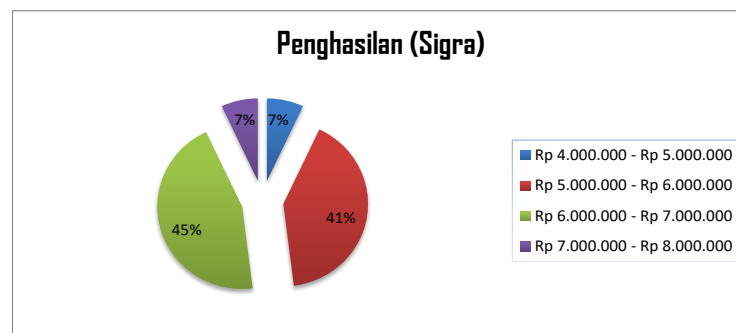
Gambaran umum mengenai pengguna Toyota Calya dan Daihatsu Sigra di kota Bandar Lampung berdasarkan karakteristik penghasilan (perbulan) adalah sebagai berikut :



Sumber : Data Olahan 2019

**Gambar 4.7 Karakteristik Responden Toyota Calya berdasar Penghasilan**

Berdasarkan gambar 4.7 dapat diketahui bahwa karakteristik responden dengan penghasilan Rp 6.000.000 – Rp 7.000.000 menempati posisi tertinggi yaitu sebesar 47 persen atau sebanyak 47 orang responden. Ini menunjukkan bahwa pengguna Toyota Calya didominasi dengan penghasilan Rp 6.000.000 – Rp 7.000.000.



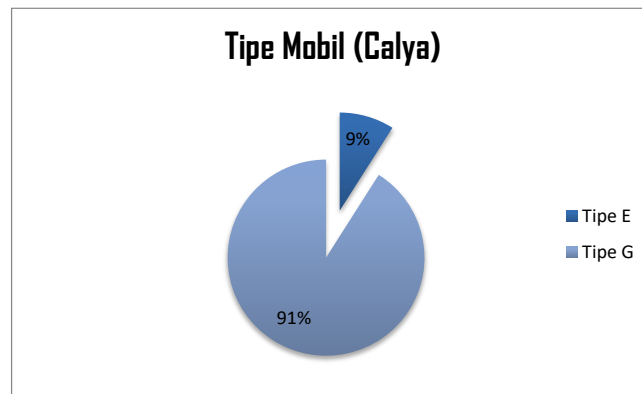
Sumber : Data Olahan 2019

**Gambar 4.8 Karakteristik Responden Daihatsu Sigra berdasar Penghasilan**

Berdasarkan gambar 4.8 diketahui karakteristik responden dengan penghasilan Rp 6.000.000 – Rp 7.000.000 menempati posisi tertinggi yaitu sebesar 45 persen atau sebanyak 45 orang responden. Ini menunjukkan bahwa pengguna Daihatsu Sigra didominasi oleh pengguna dengan tingkat penghasilan Rp 6.000.000 – Rp 7.000.000.

#### 4.1.5 Pengguna (Tipe Mobil)

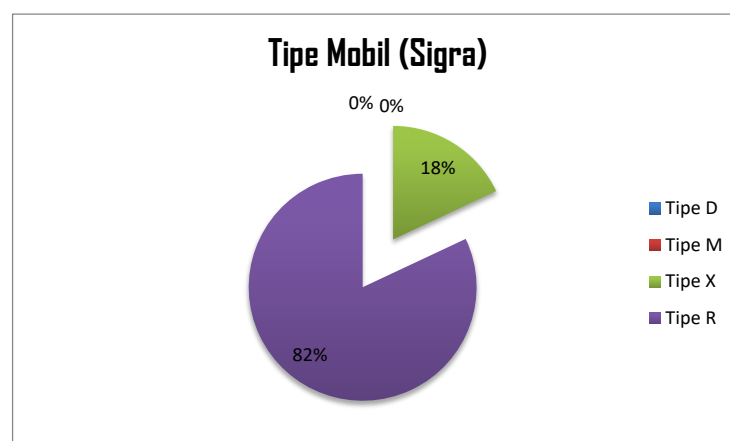
Gambaran umum mengenai pengguna Toyota Calya dan Daihatsu Sigra di kota Bandar Lampung berdasarkan tipe mobil adalah sebagai berikut :



Sumber : Data Olahan 2019

**Gambar 4.9 Karakteristik Responden Toyota Calya berdasar Tipe Mobil yang Digunakan**

Berdasarkan gambar 4.9 dapat diketahui karakteristik responden dengan tipe mobil yang digunakan yaitu tipe G menempati posisi tertinggi sebesar 91 persen atau sebanyak 91 orang responden. Ini menunjukkan bahwa pengguna Toyota Calya didominasi oleh Toyota Calya G.



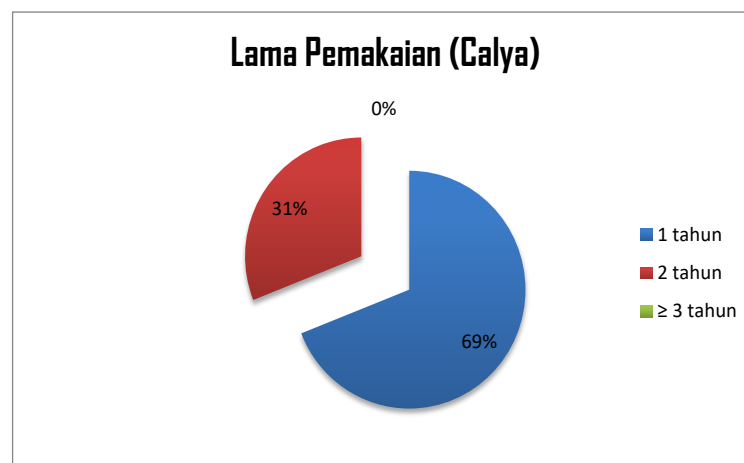
Sumber : Data Olahan 2019

**Gambar 4.10 Karakteristik Responden Daihatsu Sigra berdasar Tipe Mobil yang Digunakan**

Berdasarkan gambar 4.10 karakteristik responden dengan tipe mobil yang digunakan yaitu tipe R menempati posisi tertinggi sebesar 82 persen atau sebanyak 82 orang responden. Ini menunjukkan bahwa pengguna Daihatsu Siga didominasi dengan Daihatsu Siga tipe R.

#### 4.1.6 Lama Pemakaian

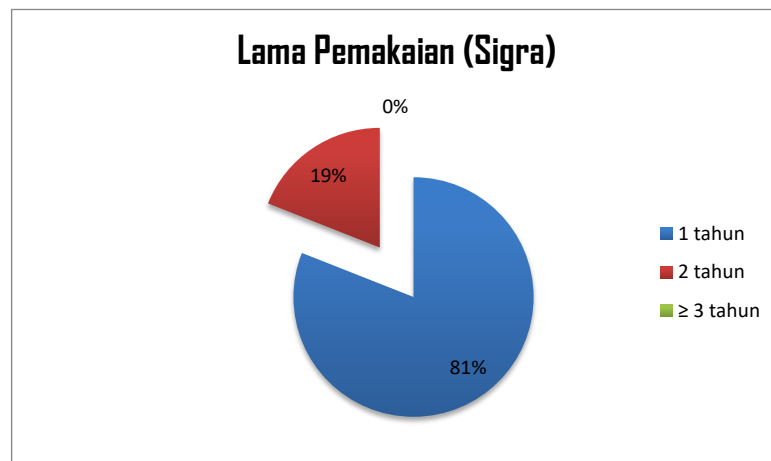
Gambaran umum mengenai pengguna Toyota Calya dan Daihatsu Siga di kota Bandar Lampung berdasarkan karakteristik lama pemakaian mobil adalah sebagai berikut :



Sumber : Data Olahan 2019

**Gambar 4.11 Karakteristik Responden Toyota Calya berdasar Lama Pemakaian**

Berdasarkan gambar 4.11 dapat diketahui bahwa karakteristik responden dengan lama pemakaian satu tahun menempati posisi tertinggi yaitu sebesar 69 persen atau sebanyak 69 orang responden. Ini menunjukkan bahwa pengguna Toyota Calya didominasi oleh pengguna dengan lama pemakaian satu tahun.



Sumber : Data Olahan 2019

**Gambar 4.12 Karakteristik Responden Daihatsu Sigra berdasar Lama Pemakaian**

Berdasarkan gambar 4.12 karakteristik responden dengan lama pemakaian satu tahun menempati posisi tertinggi yaitu sebesar 81 persen atau sebanyak 81 orang responden. Ini menunjukkan bahwa pengguna Daihatsu Sigra didominasi oleh pengguna dengan lama pemakaian satu tahun.

## 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka sebagian jawaban yang diberikan oleh responden diuji terlebih dahulu kevalidan tiap butir pernyataannya. Dalam penelitian ini uji validitas untuk menghitung data yang akan digunakan dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 20.

Kriteria hasil pengujian untuk uji ini ialah jika probabilitas (Sig) kurang dari Alpha (0,05) maka instrumen tersebut valid dan jika probabilitas (Sig) lebih dari Alpha (0,05) maka instrumen tersebut tidak valid. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh data sebagai berikut :



**Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Analisis Sikap**

<b>Pernyataan</b>	<b>Signifikansi</b>	<b>Alpha (0.05)</b>	<b>Simpulan</b>
Pernyataan 1	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 2	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 3	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 4	0.003	0,05	Valid
Pernyataan 5	0,002	0,05	Valid
Pernyataan 6	0.001	0,05	Valid
Pernyataan 7	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 8	0.007	0,05	Valid
Pernyataan 9	0.045	0,05	Valid
Pernyataan 10	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 11	0.002	0,05	Valid
Pernyataan 12	0.001	0,05	Valid
Pernyataan 13	0.002	0,05	Valid
Pernyataan 14	0.005	0,05	Valid
Pernyataan 15	0.002	0,05	Valid
Pernyataan 16	0.001	0,05	Valid
Pernyataan 17	0.000	0,05	Valid
Pernyataan 18	0.012	0,05	Valid
Pernyataan 19	0.024	0,05	Valid
Pernyataan 20	0.015	0,05	Valid

Berdasarkan tabel 4.1 hasil uji validitas dengan menampilkan 20 instrumen pernyataan mengenai analisis sikap. Hasil yang didapatkan yaitu nilai Sig < Alpha (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan mengenai analisis sikap adalah valid.

#### **4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas**

Setelah uji validitas maka penguji melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrumen variabel mengenai analisis sikap menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan bantuan program IBM

SPSS 20. Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 4.2**  
**Interpretasi Nilai r**

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2017)

Berdasarkan tabel 4.2 mengenai interpretasi nilai r, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach Alpha
Sikap	0,880

Berdasarkan tabel 4.3 hasil uji reliabilitas didapat nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,880 dengan tingkat sangat tinggi.

#### 4.3 Hasil Analisis Data

Dalam metode perhitungan multiaribut *fishbein* yaitu model sikap terhadap objek (*The Attitude Toward Object*). Sikap konsumen terdiri atas dua komponen yaitu keyakinan (*belief*) dan evaluasi terhadap mobil yang digunakan, yaitu Toyota Calya atau Daihatsu Sigra (objek). Dalam komponen evaluasi dan kepercayaan terdapat perhitungan untuk mengetahui tingkat kepentingan atribut yang dievaluasi dan kepercayaan responden pada setiap atribut produk mobil yaitu dengan cara nilai kepentingan maksimum dikurang nilai kepentingan minimum dibagi skala penilaian dalam penelitian Ivo Rosita

Analisis Sikap Konsumen terhadap Kecap Lokal Majalengka Jawa Barat (2013).

$$\text{Skala Interval} = \frac{9-1}{9}$$

$$\text{Skala Interval} = 8,89$$

Skala penilaian evaluasi (ei) :

1 – 1,89	=	Sangat Sangat Tidak Penting
1,90 – 2,79	=	Sangat Tidak Penting
2,80 – 3,69	=	Tidak Penting
3,70 – 4,59	=	Kurang Penting
4,60 – 5,49	=	Netral
5,50 – 6,39	=	Cukup Penting
6,40 – 7,29	=	Penting
7,30 – 8,19	=	Sangat Penting
8,20 – 9,09	=	Sangat Sangat Penting

Skala penilaian kepercayaan (bi) :

1 – 1,89	=	Sangat Sangat Tidak Baik
1,90 – 2,79	=	Sangat Tidak Baik
2,80 – 3,69	=	Tidak Baik
3,70 – 4,59	=	Kurang Baik
4,60 – 5,49	=	Netral
5,50 – 6,39	=	Cukup Baik
6,40 – 7,29	=	Baik
7,30 – 8,19	=	Sangat Baik
8,20 – 9,09	=	Sangat Sangat Baik

#### 4.3.1 Komponen Evaluasi (ei)

Komponen evaluasi (ei) merupakan komponen yang memperlihatkan tingkat kepentingan suatu atribut produk berdasarkan penilaian konsumen. Tabel 4.16 merupakan tingkat kepentingan atau nilai evaluasi kepentingan dari hasil penilaian responden terhadap produk mobil. Pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa rata-rata untuk seluruh

atribut produk mobil memperoleh nilai pada kategori sangat penting dan penting. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden menganggap seluruh atribut produk tersebut perlu diperhatikan.

**Tabel 4.4 Hasil Analisis Tingkat Kepentingan Atribut Produk**

Atribut	Rata-rata (Toyota Calya)	Rata-rata (Daihatsu Sigra)	Interpretasi
Mesin ramah lingkungan	7,38	7,42	Sangat Penting
Mesin hemat BBM	7,65	7,72	Sangat Penting
Merek terpercaya	7,68	7,57	Sangat Penting
Merek bergengsi	7,84	7,54	Sangat Penting
Dashboard kokoh	7,17	7,22	Penting
Keselamatan	7,56	7,49	Sangat Penting
Kabin leluasa	7,91	7,87	Sangat Penting
Tempat duduk nyaman	7,58	7,66	Sangat Penting
Harga sesuai dengan kualitas	7,79	7,82	Sangat Penting
Harga sesuai dengan kemampuan pembeli	7,75	7,96	Sangat Penting

Sumber : Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel 4.4 atribut produk yang ada bila diurutkan dari nilai tertinggi responden Toyota Calya menilai sangat penting mempertimbangkan atribut kabin leluasa, merek bergengsi dan harga sesuai dengan kualitas, sedangkan responden menilai atribut produk dashboard yang kokoh hanya diinterpretasikan penting saja dengan nilai rata-rata sebesar 7,17 kemudian responden Daihatsu Sigra menilai sangat penting mempertimbangkan harga yang sesuai dengan kemampuan pembeli, kabin leluasa serta harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan sedangkan responden menilai atribut dashboard yang kokoh hanya diinterpretasikan penting saja dengan nilai rata-rata sebesar 7,22. Berdasar hasil analisis tingkat kepentingan tersebut rata-rata responden menilai atribut produk yang ada sangat penting dan penting untuk diperhatikan dalam membeli sebuah mobil.

### 4.3.2 Komponen Kepercayaan (bi)

Komponen kepercayaan (bi) atau tingkat kepercayaan merupakan komponen yang memperlihatkan tingkat kepercayaan suatu atribut produk berdasarkan penilaian konsumen. Tabel 4.5 merupakan tingkat kepercayaan atau nilai *belief* dari responden pengguna Toyota Calya dan pengguna Daihatsu Sigra.

**Tabel 4.5 Hasil Analisis Tingkat Kepercayaan**

Atribut	Rata-rata (Toyota Calya)	Rata-rata (Daihatsu Sigra)	Interpretasi
Mesin ramah lingkungan	7,75	7,70	Sangat Ramah Lingkungan
Mesin hemat BBM	7,67	7,58	Sangat Hemat BBM
Merek terpercaya	8,00	7,76	Sangat Terpercaya
Merek bergengsi	8,04	7,69	Sangat Bergengsi
Dashboard kokoh	7,37	7,49	Sangat Kokoh
Keselamatan	7,79	7,68	Sangat Baik
Kabin leluasa	7,90	7,90	Sangat Leluasa
Tempat duduk nyaman	7,62	7,57	Sangat Nyaman
Harga sesuai dengan kualitas	7,85	7,91	Sangat Sesuai
Harga sesuai dengan kemampuan pembeli	7,82	8,02	Sangat Sesuai

Sumber : Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel 4.5 penilaian responden terhadap atribut produk mobil Toyota Calya dengan nilai rata-rata kepercayaan yang diberikan konsumen adalah sangat baik. Atribut produk Toyota Calya yang memiliki nilai rata-rata kepercayaan yang sangat baik dan berdasarkan penilaian responden nilai rata-rata tertinggi diantaranya, merek bergengsi, merek terpercaya dan kabin leluasa sedangkan atribut produk yang memiliki nilai rata-rata terendah namun tetap dalam kategori sangat baik ialah dashboard yang kokoh, ini menunjukkan bahwa konsumen percaya bahwa Toyota Calya memiliki merek yang bergengsi dan juga terpercaya. Penilaian responden terhadap atribut produk Daihatsu Sigra pun menunjukkan nilai rata-rata kepercayaan yang sama yaitu sangat baik. Atribut

produk Daihatsu Sigra yang memiliki nilai rata-rata kepercayaan tertinggi berdasarkan penilaian antara lain, harga sesuai dengan kemampuan pembeli, harga sesuai dengan kualitas serta kabin yang luas sedangkan atribut produk yang memiliki nilai rata-rata terendah namun tetap dalam kategori yang sama yaitu sangat baik ialah dashboard kokoh. Ini menunjukkan bahwa konsumen percaya bahwa Daihatsu Sigra harganya sesuai dengan kemampuan pembeli serta sesuai juga dengan kualitas yang diberikan.

#### **4.3.3 Hasil Sikap terhadap Objek**

Pada tabel 4.6 hasil penilaian responden terhadap Toyota Calya menghasilkan total nilai sikap sebesar 594,08 dengan memperoleh interpretasi baik dan penilaian responden terhadap Daihatsu Sigra menghasilkan total nilai sikap sebesar 589,83 dengan memperoleh interpretasi baik, walaupun secara peratribut kepercayaan dan kepentingan keduanya mendapat interpretasi yang sangat baik dari responden namun berdasarkan hasil total nilai sikap secara menyeluruh ternyata hanya mendapat interpretasi dalam kategori yang baik.

**Tabel 4.6 Hasil Analisis Sikap Multiatribut Fishbein**

Atribut	Toyota Calya			Daihatsu Siga		
	Ei	bi	ei*bi	Ei	bi	ei*bi
Mesin ramah lingkungan	7,38	7,75	57,20	7,42	7,70	57,13
Mesin hemat BBM	7,65	7,67	58,68	7,72	7,58	58,52
Merek terpercaya	7,68	8,00	61,44	7,57	7,76	58,74
Merek bergengsi	7,84	8,04	63,03	7,54	7,69	57,98
Dashboard kokoh	7,17	7,37	52,84	7,22	7,49	54,08
Keselamatan	7,56	7,79	58,89	7,49	7,68	57,52
Kabin leluasa	7,91	7,90	62,49	7,87	7,90	62,17
Tempat duduk nyaman	7,58	7,62	57,76	7,66	7,57	57,99
Harga sesuai dengan kualitas	7,79	7,85	61,15	7,82	7,91	61,86
Harga sesuai dengan kemampuan pembeli	7,75	7,82	60,61	7,96	8,02	63,84
Total Nilai Sikap (Ao)			594,08			589,83

Dalam mengetahui kategori sikap konsumen dapat dilakukan dengan cara menentukan skala interval yaitu menghitung nilai maksimum dan nilai minimum dari sikap. Nilai maksimum merupakan hasil perkalian dari nilai kepentingan maksimum, nilai kepercayaan maksimum dan jumlah atribut mobil, sehingga diperoleh skor maksimum 810 ( $9 \times 9 \times 10$ ) dan skor minimum merupakan banyaknya atribut mobil, yaitu 10 berdasar penelitian Herti Maryani, dkk dengan judul Analisis Multiatribut *Fishbein* terhadap Jamu Sainifik di BKTMM Makassar dan Colomadu Karanganyar.

Berdasarkan skala maksimum dan minimum dipeoleh skala interval sebagai berikut :

$$\text{Skala interval} : \frac{(810-10)}{9} = 88,89$$

Skala penilaian sikap :

10 – 98,89	=	Sangat Sangat Tidak Baik
98,90 – 187,79	=	Sangat Tidak Baik
187,80 – 276,69	=	Tidak Baik
276,70 – 365,59	=	Kurang Baik
365,60 – 454,49	=	Netral
454,50 – 543,39	=	Cukup Baik

543,40 – 632,29	=	<b>Baik</b>
632,30 – 721,19	=	Sangat Baik
721,20 – 810,09	=	Sangat Sangat Baik

Hasil analisis sikap multiatribut *fishbein* berdasar total sikap Toyota Calya dan Daihatsu Sigra menunjukkan bahwa secara keseluruhan Toyota Calya dan Daihatsu Sigra memiliki nilai total sikap yang tidak jauh berbeda, yaitu 594,08 dan 589,83 dengan interpretasi baik.

#### 4.4 Pembahasan

Hasil penelitian sikap terhadap objek menunjukkan nilai total sikap konsumen terhadap Toyota Calya dan Daihatsu Sigra mendapat nilai sebesar 594,08 untuk Toyota Calya dan 589,83 untuk Daihatsu Sigra yang bila diinterpretasikan keduanya berada dalam penilaian yang baik bagi responden, dalam artian responden rata-rata suka atau senang terhadap Toyota Calya ataupun Daihatsu Sigra namun tidak sampai pada tahap sangat dan ini juga bisa diartikan kemungkinan ada beberapa atribut produk yang belum memenuhi keinginan atau keyakinan dari responden itu sendiri. Sikap yang pada dasarnya terdiri dari ketiga komponen yaitu afektif, kognitif serta konatif selalu berada dalam suatu hubungan yang konsisten. Dari sisi afektif terlihat bahwa rata-rata responden menyukai secara keseluruhan atribut yang ada pada Toyota Calya atau Daihatsu Sigra berdasarkan total nilai sikap. Pada sisi kognitifnya terlihat bahwa rata-rata responden mengetahui serta yakin akan nilai atau manfaat dari atribut produk yang melekat pada Toyota Calya dan Daihatsu Sigra baik itu kualitasnya, merek, fitur dan harga yang ditawarkan, kemudian selanjutnya konatif akan berperan setelah afektif dan kognitif responden telah terpenuhi, sisi konatif dalam hal ini mempunyai peran untuk memutuskan membeli atau tidaknya mobil Toyota Calya ataupun mobil Daihatsu Sigra. Berdasarkan penelitian Wiwik Widiyanti dengan judul Sikap Konsumen terhadap Multiatribut Produk Domino Pizza dengan Metode *Fishbein* di Depok.