# BAB IV
# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## 4.1 Deskripsi Data

### 4.1.1 Deskripsi Data Responden

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa responden adalah orang yang menggunakan kartu kredit dari BRI. Jumlah kuesioner diperoleh 100 kuesioner yang digunakan untuk analisis data. Sebelum membahas lebih jauh mengenai hasil penelitian ini, terlebih dahulu akan dibahas mengenai gambaran dari responden yang berisi tentang jenis kelamin responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Semua informasi mengenai hasil penelitian dan informasi responden tersebut diperoleh dari hasil distribusi kuesioner yang diperoleh kembali. Distribusi hasil penelitian ini disajikan berikut ini. Dari kuesioner yang telah diisi oleh responden didapat data identitas responden. Penyajian data mengenai identitas responden untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri dari pada responden.

### 4.1.2 Hasil Jawaban Responden

Hasil jawaban tentang jenis kelamin yang disebarkan kepada 100 responden dapat mempengaruhi terhadap perasaan dan kesenangan diri individu atas suatu hal. Hal ini selanjutnya akan berpengaruh terhadap sikap mereka atas suatu produk. Gambaran mengenai jenis kelamin responden pengguna kartu kredit BRI adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| **Jenis Kelamin** | **Jumlah** | **Persentase** |
|---|---|---|
| Laki-Laki | 52 Orang | 52% |
| Perempuan | 48 Orang | 48% |
| **Total** | 100 Orang | 100% |

*Sumber : Data diolah pada tahun 2014*

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini di dominasi oleh responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 52 orang atau 52% sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 48 orang atau 48% mengindikasikan bahwa mayoritas pengguna kartu kredit BRI di Bandar Lampung adalah berjenis kelamin laki-laki. Hal ini dapat dikarenakan laki-laki lebih banyak yang berpenghasilan sehingga memudahkan mereka untuk memperoleh kartu kredit.

**a. Deskripsi Variabel Persepsi Pelanggan**

Persepsi pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya, dan persepsi pelanggan menjadi standar atau acuan yang dilakukan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Persepsi pelanggan atas kualitas jasa kartu kredit dari BRI yang diberikan kepada pelanggan.Hasil jawaban tentang variabel yang disebarkan kepada 100 responden adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2 Hasil Jawaban Responden Persepsi Pelanggan (X1)

| **No** | **Pernyataan** | **Jawaban** | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **SS (5)** | | **S (4)** | | **R (3)** | | **TS (2)** | | **STS (1)** | |
| | | **F** | **%** | **F** | **%** | **F** | **%** | **F** | **%** | **F** | **%** |
| **1** | Kartu kredit sudah menjadi kebutuhan pribadi nasabah | 31 | 31.0 | 54 | 54.0 | 7 | 7.0 | 7 | 7,0 | 1 | 1,0 |
| **2** | Secara pribadi saya sangat membutuhkan kartu kredit BRI | 34 | 34,0 | 43 | 43,0 | 16 | 16.0 | 6 | 6,0 | 1 | 1,0 |
| **3** | Pelayanan kartu kredit BRI yang diberikan sudah sesuai dengan | 23 | 23,0 | 45 | 45.0 | 21 | 21.0 | 7 | 7,0 | 4 | 4,0 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | keinginan nasabah | | | | | | | | | | |
| **4** | Nasabah tertarik memiliki kartu kredit BRI karena janji pelayanan di televise | 30 | 30,3 | 43 | 43,0 | 14 | 14.0 | 13 | 13,0 | 0 | 0 |
| **5** | Petunjuk /informasi yang diberikan oleh Bank BRI sudah disampaikan dengan baik kepada nasabah | 32 | 32,0 | 24 | 24,0 | 25 | 25,0 | 13 | 13,0 | 6 | 6,0 |
| **6** | Nasabah memiliki kartu kredit BRI karena petunjuk penggunaan kartu kredit BRI lengkap | 35 | 35,0 | 42 | 42,0 | 15 | 15,0 | 7 | 7,0 | 1 | 1,0 |
| **7** | .Kartu kredit BRI saat ini sangat berkembang dengan baik | 32 | 32,0 | 43 | 43,0 | 16 | 16,0 | 7 | 7.0 | 2 | 2,0 |
| **8** | .Memiliki kartu kredit BRI karena pengalaman saat kesulitan bertransaksi tunai | 38 | 38,0 | 35 | 35,0 | 15 | 15,0 | 8 | 8,0 | 4 | 4,0 |

Berdasarkan tabel di atas pada variabel persepsi pelanggan, mendapatkan pernyataan sangat setuju menggunakan kartu kredit karena kebutuhan pribadi sebanyak 31 responden (31%) dan pernyataan secara pribadi membutuhkan kartu kredit BRI sebanyak 34 responden (34%). Respon terbesar38 responden (38%) menyatakan sangat setuju pada pernyataan memiliki kartu kredit BRI karena

pengalaman saat kesulitan bertransaksi tunai. Pernyataan yang paling rendah di respon oleh responden yaitupelayanan kartu kredit BRI yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan nasabah dengan 23 responden (23%) dan 45 responden (45%) menyatakan setuju.

**b. Deskripsi Variabel Kualitas Produk**

Kualitas produk menunjukkan kualitas pelayanan kartu kredit dari Bank BRI, Tbk yang diberikan kepada pelanggan dari segi fungsi dan kenyamanan produk.

Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Kepuasan produk (X2)

| **No** | **Pernyataan** | **Jawaban** | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **SS (5)** | | **S (4)** | | **R (3)** | | **TS (2)** | | **STS (1)** | |
| | | **F** | **%** | **F** | **%** | **F** | **%** | **F** | **%** | **F** | **%** |
| **1** | Kinerja pada kartu Kredit BRI memuaskan | 21 | 21,0 | 48 | 48,0 | 13 | 13,0 | 16 | 16,0 | 2 | 2,0 |
| **2** | Produk kartu kredit BRI memberikan manfaat kepada para nasabah | 12 | 12,0 | 48 | 48,0 | 19 | 19,0 | 17 | 17,0 | 4 | 4,0 |
| **3** | Kartu Kredit BRI memiliki keistimewaan khusus | 5 | 5,0 | 45 | 45,0 | 18 | 18,0 | 20 | 20,0 | 12 | 12,0 |
| **4** | Keistimewaan produk Kartu kredit BRI menjadikan nasabah merasa puas | 19 | 19,0 | 49 | 49,0 | 15 | 15,0 | 5 | 5,0 | 12 | 12,0 |
| **5** | Produk yang diberikan BRI kepada nasabah tidak mengecewakan | 17 | 17,0 | 46 | 46,0 | 13 | 13,0 | 19 | 19,0 | 5 | 5,0 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **6** | Produk BRI bisa diandalkan para nasabah | 8 | 8,0 | 38 | 38.0 | 30 | 30,0 | 16 | 16,0 | 8 | 8,0 |
| **7** | Spesifikasi kartu kredit BRI memenuhi standar. | 8 | 8,0 | 43 | 43,0 | 20 | 20,0 | 22 | 22,0 | 7 | 7,0 |
| **8** | . Produk BRI mempunyai spesifikasi yang tidak mengecewakan nasabah | 9 | 9,0 | 43 | 43,0 | 16 | 16,0 | 24 | 24,0 | 8 | 8,0 |
| **9** | Daya tahan produk Kartu kredit BRI memuaskan | 14 | 14,0 | 43 | 43,0 | 17 | 17,0 | 12 | 12,0 | 14 | 14,0 |
| **10** | Kartu kredit BRI mempunyai waktu dalam jangka panjang | 11 | 11,0 | 36 | 36,0 | 18 | 18,0 | 15 | 15,0 | 20 | 20,0 |
| **11** | Kartu kredit BRI memiliki kompetensi yang baik | 10 | 10,0 | 33 | 33,0 | 28 | 28,0 | 16 | 16,0 | 13 | 13,0 |
| **12** | Kartu kredit BRI memberikan kenyamanan pada nasabah | 8 | 8,0 | 38 | 38,0 | 20 | 20,0 | 28 | 28,0 | 6 | 6,0 |
| **13** | Tampilan awal kartu kredit BRI menarik minat para nasabah | 14 | 14,0 | 35 | 35,0 | 18 | 18,0 | 29 | 29,0 | 4 | 4,0 |
| **14** | Kartu kredit BRI mempunyai daya tarik yang lebih dari kartu kredit yang | 15 | 15,0 | 39 | 39,0 | 17 | 17,0 | 20 | 20,0 | 9 | 9,0 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | lain | | | | | | | | | | |
| **15** | Kartu kredit BRI bertanggung jawab terhadap produk yang dikeluarkan | 11 | 11,0 | 34 | 34,0 | 17 | 17,0 | 20 | 20,0 | 9 | 9,0 |
| **16** | Reputasi produk kartu kredit BRI sangat baik | 16 | 16,0 | 43 | 43,0 | 13 | 13,0 | 17 | 17,0 | 11 | 11,0 |

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang cukup baik atas kualitas produk yang diberikan oleh BRI atas produk kartu kredit kepada pelanggannya.

Berdasarkan indikator pertama diakui bahwa produk kartu kredit dari BRI dinilai memiliki performa kinerja yang baik. Hal ini ditunjukkan dengan cukup besarnya jawaban positif dari responden yaitu sebanyak 48% jawaban setuju dan 21% jawaban sangat setuju dan didukung oleh 13% jawaban netral. Alasan yang banyak dikemukakan responden adalah berkaitan dengan *merchant* dari kartu kredit yang telah dikeluarkan oleh BRI dinilai oleh responden cukup memuaskan sebab *merchant* dari kartu kredit yang dikeluarkan oleh BRI sangat mudah ditemui di Bandar Lampung.

Pada indikator kedua yang berkaitan dengan fitur yang ada pada BRI dinilai oleh responden dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya jawaban setuju 45% dan 49% dari responden. Hal ini dapat menjelaskan bahwa produk kartu kredit dari BRI memiliki perbedaan yang baik dalam jumlah fitur.

Pada indikator ketiga Kartu kredit BRI dikatakan dapat diandalkan dan tidak mengecewakan. Kepuasan Kartu Kredit dari BRI dirasakan cukup tinggi oleh pelanggan hal ini ditunjukkkan dengan banyaknya jawaban setuju sebanyak 46% responden.

indikator keempat, diperoleh bahwa spesifikasi kartu kredit yang dikeluarkan oleh BRI tidak mengecewakan. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya jawaban setuju dari responden sebesar 43% . Beberapa reputasi kartu kredit dari BRI juga

diungkapkan oleh pelanggan seperti bunga cicilan yang diberikan lebih rendah dibandingkan dengan produk kartu kredit dari perusahaan lain.

Indikator kelima, Kartu kredit BRI mempunyai waktu dalam jangka panjangmemuaskan mendapatkan respon yang baik, dengan 36% responden menyatakan setuju. 11% menyatakan sangat setuju, dan 18% berpendapat netral.

Indikator keenam, Kartu kredit BRI memberikan kenyamanan pada nasabah 33 responden (33%) menyatakan setuju, 10 responden (10%) menyatakan sangat setuju, 28 responden (28%) menyatakan netral.

indikator ketujuh, Kartu kredit BRI mempunyai daya tarik yang lebih dari kartu kredit yang lain direspon baik dengan 39 responden (39%) menyatakan setuju, 15 responden (15%) menyatakan sangat setuju, dan 17 responden (17%) menyatakan netral.

Indikator kedelapan, Kartu kredit BRI bertanggung jawab terhadap produk yang dikeluarkan, dengan 34 responden (34%) menyatakan setuju, 11 responden (11%) menyatakan sangat setuju, 17 responden (17%) menyatakan netral.

**c. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan konsumen menunjukkan terpenuhinya persepsi yang diinginkan konsumen dengan keberadaan dari kinerja atau performa dari fitur produk tersebut tedapat pada Tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan (X3)

| **No** | **Pernyataan** | **Jawaban** | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **SS (5)** | | **S (4)** | | **R (3)** | | **TS (2)** | | **STS (1)** | |
| | | **F** | **%** | **F** | **%** | **F** | **%** | **F** | **%** | **F** | **%** |
| **1** | BRI dengan cepat memberikan tanggapan pada keluhan nasabah | 28 | 28,0 | 49 | 49,0 | 14 | 14,0 | 8 | 8,0 | 1 | 1,0 |
| **2** | BRI selalu dapat mengatasi keluhan nasabah | 11 | 11,0 | 46 | 46,0 | 25 | 25,0 | 16 | 16,0 | 2 | 2,0 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **3** | . Pengguna BRI merasa puas pada keseluruhan produk | 16 | 16,0 | 43 | 43,0 | 20 | 20,0 | 11 | 11,0 | 10 | 10,0 |
| **4** | Produk kartu kredit BRI memberikan kenyamanan dan kemudahan para nasabah | 25 | 25,0 | 44 | 44,0 | 11 | 11,0 | 16 | 16,0 | 4 | 4,0 |
| **5** | Produk kartu kredit BRI sesuai dengan harapan pelanggan | 21 | 21,0 | 39 | 39,0 | 11 | 11,0 | 18 | 18,0 | 11 | 11,0 |
| **6** | . kartu kredit BRI mempunyai nilai baik dimata nasabah | 20 | 20,0 | 43 | 43,0 | 10 | 10,0 | 18 | 18,0 | 9 | 9,0 |
| **7** | Harapan nasabah pada kartu kredit BRI terlampaui | 15 | 15,0 | 43 | 43,0 | 10 | 10,0 | 18 | 18,0 | 9 | 9,0 |
| **8** | Kartu kredit BRI sesuaidengankeinginan nasabah | 23 | 23,0 | 38 | 38,0 | 29 | 29,0 | 10 | 10,0 | 0 | 0 |

Berdasarkan indikator pertama, ada penilaian bahwa produk jasa kartu kredit dari BRI memberikan kualitas dan pelayan yang baik, dengan 49 responden (49%) mengatakakn setuju, BRI masih mendapat keluhan, hal ini ditunjukan dari konsumennya yang menyatakan tidak setuju sebanyak 8 responden (8%) dan jawaban netral dari responden penelitian sebanyak 14%. .

Pada indikator kedua diperoleh adanya tingkat kepuasan responden terhadap kartu kredit dari BRI cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan dominannya jawaban setuju sebanyak 43 responden (43%). Belum diperolehnya perasaan puas oleh responden dikarenakan masih ada respon yang menyatakan netral sebesar 20 responden (20%) dan 11 responden (11%) menyatakan tidak setuju

Pada indikator ketiga, yang dipandang dari sisi kualitas produk, diperoleh bahwa kualitas produk kartu kredit dari BRI yang dikeluarkan belum sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Hal ini mendukung kondisi sebelumnya akan belum diperolehnya tingkat perasaan puas yang besar dari 18 responden (18%).

Pada indikator keempat, yaitu mengenai harapan nasabah terhadap kartu kredit BRI yang melampaui apa yang diharapkan juga masih ada yang mengatakan tidak setuju sebanyak 18 responden (18%).

**d. Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan**

Faktor loyalitas pelanggan perusahaan merupakan hal yang penting dalam usaha perusahaan dalam mempertahankan konsumennya. Table 4.5 berikut ini menjelaskan tanggapan responden atas variabel loyalitas.

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan

| **No** | **Pernyataan** | **Jawaban** | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **SS (5)** | | **S (4)** | | **R (3)** | | **TS (2)** | | **STS (1)** | |
| | | **F** | **%** | **F** | **%** | **F** | **%** | **F** | **%** | **F** | **%** |
| **1** | Nasabah berkomitmen tetap menggunakan kartu kredit BRI | 18 | 18,0.63 | 63 | 63,0 | 11 | 11,0 | 8 | 8,0 | 0 | 0 |
| **2** | . Nasabah bersedia tetap menggunakan kartu kredit BRI dalam jangka waktu lama dimasa yang akan dating | 8 | 8,0 | 48 | 48,0 | 17 | 17,0 | 23 | 23,0 | 4 | 4,0 |
| **3** | Bersedia Memberikan rekomendasi kepada orang lain karena kualitas produk BRI | 16 | 16,0 | 53 | 53,0 | 11 | 11,0 | 17 | 17,0 | 3 | 3,0 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **4** | Nasabah menyukai produk produk yang dikeluarkan oleh kartu kredit BRI | 9 | 9,0 | 39 | 39,0 | 30 | 30,0 | 19 | 19,0 | 3 | 3,0 |

Berdasarkan pertanyaan pertama, diperoleh bahwa ada keinginan untuk tetap menjadi pengguna kartu kredit dari BRI. Hal ini ditunjukkan dengan masih cukup banyaknya jawaban setuju 63% dan sangat setuju 18% dari responden, meskipun 11% menjawab netral. Hal ini dikarenakan ada penilaian relatif dari responden bila membandingkan performa kartu kredit dari BRI dengan produk sejenis dari perusahaan lain.

Berdasarkan pertanyaan ketiga, diperoleh bahwa sebagian besar responden menilai baik dalam merekomendasikan kartu kredit dari BRI kepada orang lain. Hal ini ditunjukkan dengan masih banyaknya jawaban setuju 53% dari responden untuk keinginan mereka merekomendasikan kartu kredit dari BRI kepada orang lain baik kerabat, sahabat, maupun saudara mereka.

## 4.2 Uji Persyaratan Instrumen

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukan bahwa ke 16 butir pernyataan yang telah diuji adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari koefisien korelasi dimana nilai sig lebih kecil dari nilai alpha. Dengan nilai koefisien korelasi sig 0,000 dan alpha 0,05. Hasil olahan secara lengkap dapat dilihat pada lampiran validitas Kualitas Produk.

### 4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkn tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila dapat mengukur apa yang diukur (Simamora:2005,58).

Banyaknya responden untuk diuji coba belum ada ketentuan yang mensyaratkan namun disarankan 40 responden, oleh sebab itu maka diuji cobakan pada 40 responden (Muhidin dan Abdurahman:2007).

Dalam penelitian ini, dibantu dengan menggunakan aplikasi SPSS 17.0. yang dilakukan pada 8 pertanyaan untuk persepsi pelanggan, 16 pertanyaan kualitas produk, 8 untuk kepuasan pelanggan, dan 4 loyalitas pelanggan.Dalam melakukan pengujian ini peneliti menggunakan 40 responden, alasan peneliti menggunakan 40 responden karena distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurve normal dan dianggap mewakili. Diperoleh r product moment sebesar 0,361 untuk 40 responden, maka nilai $r_{hitung}$ harus lebih besar dari nilai $r_{tabel}$ dengan kriteria pengujian sebagai berikut.

$$\mathbf{r} = \frac{\mathbf{n\sum XY - \sum X.\sum Y}}{\{\ \mathbf{n\sum X^2} - (\sum \mathbf{X})^2.\ \ \mathbf{n\sum Y^2} - (\sum \mathbf{Y})^2\}}$$

Adapun kriteria pengujian, yaitu :

- Apabila $r_{hitung}$>0,05 $r_{tabel}$, maka valid
- Apabila $r_{hitung}$ < 0,05 $r_{tabel}$, maka tidak valid

**Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variable Persepsi Pelanggan (X1)**

| Pernyataan | Sig | Alpha | Kondisi | Kesimpulan |
|---|---|---|---|---|
| Pernyataan 1 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 2 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 3 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 4 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 5 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 6 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 7 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 8 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |

Sumber : data yang diolah tahun 2014

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukan bahwa ke 8 butir pernyataan yang telah diuji adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari koefisien korelasi dimana nilai sig lebih kecil dari nilai alpha. Dengan nilai koefisien korelasi sig 0,000 dan alpha

0,05. Hasil olahan secara lengkap dapat dilihat pada lampiran validitas persepsi pelanggan.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variable Kualitas Produk (X2)**

| Pernyataan | Sig | Alpha | Kondisi | Kesimpulan |
|---|---|---|---|---|
| Pernyataan 9 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 10 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 11 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 12 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 13 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 14 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 15 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 16 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 17 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 18 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 19 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 20 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 21 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 22 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 23 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 24 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |

Sumber : Data yang diolah tahun 2014

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukan bahwa ke 16 butir pernyataan yang telah diuji adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari koefisien korelasi dimana nilai sig lebih kecil dari nilai alpha. Dengan nilai koefisien korelasi sig 0,000 dan alpha 0,05. Hasil olahan secara lengkap dapat dilihat pada lampiran validitas Kualitas Produk.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variable Kepuasan Pelanggan (X3)**

| Pernyataan | Sig | Aplha | Kondisi | Kesimpulan |
|---|---|---|---|---|
| Pernyataan 25 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 26 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 27 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 28 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 29 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 30 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 31 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 32 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |

Sumber : Data yang diolah tahun 2014

Berdasarkan tabel 4.8 diatas menunjukan bahwa ke 8 butir pernyataan yang telah diuji adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari koefisien korelasi dimana nilai sig lebih kecil dari nilai alpha. Dengan nilai koefisien korelasi sig 0,000 dan alpha 0,05. Hasil olahan secara lengkap dapat dilihat pada lampiran validitas Kepuasan Pelanggan.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variable Loyalitas (Y)**

| Pernyataan | Sig | Alpha | Kondisi | Kesimpulan |
|---|---|---|---|---|
| Pernyataan 33 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 34 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 35 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |
| Pernyataan 36 | 0,000 | 0,05 | Sig<alpha | Valid |

Sumber : Data yang diolah tahun 2014

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menunjukan bahwa ke 4 butir pernyataan yang telah diuji adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari koefisien korelasi dimana nilai sig lebih kecil dari nilai alpha. Dengan nilai koefisien korelasi sig 0,000 dan alpha 0,05. Hasil olahan secara lengkap dapat dilihat pada lampiran validitas Loyalitas.

### 4.2.1 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi responden dalam memberikan jawaban sehingga kesungguhan dari responden dapat dipercaya untuk apakah data reliable atau tidak dilakukan dengan teknik alpha cronbach, yang dibantu dengan program spss 17.0. Hasil pengujian reliabilitas menggunakan tingkat keyakinan 95% = 0,05. Untuk mengukur reliabilitas dan dinyatakan data reliable pada penelitian ini dengan memiliki koefisien $r_{\text{korelasi product moment}}$.

**Tabel 4.10 Koefisien Produk Moment**

| Besarnya nilai r | Interprestasi |
|---|---|
| 0,8000 – 1,0000 | Sangat tinggi |
| 0,6000 – 0,7999 | Tinggi |
| 0,4000 – 0,5999 | Sedang/Cukup |
| 0,2000 – 0,3999 | Rendah |
| 0,0000 – 0,1999 | Sangat Rendah |

Berdasarkan ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian ini sebagai berikut

**Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Persepsi Pelanggan (X1)**

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .808 | 8 |

**Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Kuliatas Produk (X2)**

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .945 | 16 |

**Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Kepuasan pelanggan (X3)**

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .845 | 8 |

**Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Loyalitas (Y)**

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .609 | 4 |

**Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas**

| No | Variable | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|---|---|---|---|
| **1** | Persepsi Pelanggan (X1) | 0,808 | Reliable sangat tinggi |
| **2** | Kualitas produk (X2) | 0,945 | Reliable sangat tinggi |
| **3** | Kepuasan Pelanggan (X3) | 0,845 | Reliable sangat tinggi |
| **4** | Loyalitas (Y) | 0,609 | Reliable tinggi |

Sumber : Data yang diolah tahun 2014

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.15 diatas, nilai cronbach alpha sebesar 0,808 untuk variable persepsi pelanggan dengan tingkat reliable sangat tinggi, untuk variable kualitas produk dengan tingkat reliable sangat tinggi dengan nilai cronbach 0,945, untuk variable kepuasan pelanggan dengan nilai cronbach 0,845 dengan tingkat reliable sangat tinggi dan variable loyalitas dengan nilai cronbach 0,609 dengan tingkat reliable tinggi.

## 4.3 Uji Persyaratan Analisis Data

### 4.3.1 Hasil Uji Normalitas Sampel

Uji normalits digunakan untuk mengetahui apakah variabel berdestribusi normal atau tidak. Variabel yang berdestribusi normal yaitu jumlh sampel yang diambil sudah representatif atau belum sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari jumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan.

Adapun pengujian untuk normalitas sampel, dirumuskan dengan hipotesis:

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasiyang tidak berdistribusi normal

Dengan Kriteria Pengambilan Keputusan :

1. Apabila Sig < 0,05 maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)
2. Apabila Sig > 0,05 maka Ho diterima (distribusi sampel normal

**Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Sampel**

| Variabel | Df | Sig | Alpha | Kondisi | Simpulan |
|---|---|---|---|---|---|
| Persepsi pelanggan(X1) | 100 | 0,094 | 0,05 | Sig > 0,05 | Normal |
| Kualitas Produk(X2) | 100 | 0,063 | 0,05 | Sig > 0,05 | Normal |
| Kepuasan Pelanggan(X3) | 100 | 0,253 | 0,05 | Sig > 0,05 | Normal |
| Loyalitas (Y) | 100 | 0,064 | 0,05 | Sig > 0,05 | Normal |

Sumber : data yang diolah tahun 2014

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, besarnya nilai kolmogorov smirnov variable persepsi pelanggan ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,094>0,05 maka Ho diterima artinya data berasal dari populasi yang berdistribusi normal. besarnya nilai kolmogorov smirnov variable kualitas produk ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,063>0,05 maka Ho diterima artinya data berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Besarnya nilai kolmogorov smirnov variable kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,253>0,05 maka Ho

diterima artinya data berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Besarnya nilai kolmogorov smirnov variable loyalitas ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,064>0,05 maka Ho diterima artinya data berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

### 4.3.2 Hasil Uji Homogenitas Sampel

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi bervarian homogen atau tidak. Hasil uji tersebut adalah sebagai berikut :

Rumus Hipotesis :

Ho : Varians populasi adalah homogen

Ha : Varians populasi adalah tidak homogen

Kriteria Pengambilan Keputusan :

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima

**Tabel 4.17 Hasil Uji Homogenitas**

**Test of Homogeneity of Variances**

| | Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|---|---|---|---|---|
| persepsi pelanggan (X1) | 1.810 | 11 | 88 | .064 |
| kualitas produk (X2) | 1.278 | 11 | 88 | .251 |
| kepuasan pelanggan (X3) | .651 | 11 | 88 | .780 |

Sumber : Data yang diolah tahun 2014

Berdasarkan tabel 4.10 hasil perhitungan *test of homogeneity of variances* didapat nilai Sig 0,064 (X1), Sig 0,251 (X2), dan 0,780 (X3) yang menunjukan nilai > dari 0,05 yang berarti Ho diterima yang menyatakan varians populasi bersifat homogen.

### 4.3.3 Hasil Uji Linieritas

**Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas**

**ANOVA Table**

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Loyalitas (Y) * persepsi pelanggan (X1) | Between Groups | (Combined) | 104.683 | 20 | 5.234 | .872 | .621 |
| | | Linearity | .025 | 1 | .025 | .004 | .949 |
| | | Deviation from Linearity | 104.658 | 19 | 5.508 | .918 | .563 |
| | Within Groups | | 474.077 | 79 | 6.001 | | |
| | Total | | 578.760 | 99 | | | |

**ANOVA Table**

| | | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Loyalitas (Y) * kualitas produk (X2) | Between Groups | (Combined) | 247,578 | 35 | 7,074 | 1,367 | ,138 |
| | | Linearity | 45,977 | 1 | 45,977 | 8,885 | ,004 |
| | | Deviation from Linearity | 201,601 | 34 | 5,929 | 1,146 | ,314 |
| | Within Groups | | 331,182 | 64 | 5,175 | | |
| | Total | | 578,760 | 99 | | | |

**ANOVA Table**

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Loyalitas (Y) * kepuasan pelanggan (X3) | Between Groups | (Combined) | 122,634 | 21 | 5,840 | ,999 | ,475 |
| | | Linearity | 44,129 | 1 | 44,129 | 7,546 | ,007 |
| | | Deviation from Linearity | 78,504 | 20 | 3,925 | ,671 | ,842 |
| | Within Groups | | 456,126 | 78 | 5,848 | | |
| | Total | | 578,760 | 99 | | | |

Rumusan Hipotesis:

Ho: model regresi berbentuk linier

Ha: model regresi tidak berbentuk linier

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) Ho ditolak

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima

Variabel Persepsi pelanggan (X1), Loyalitas (Y):

Dari hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linearity* 0,563> dari alpha (0,05). Dengan demikiansig > alpha maka Ho diterima yang menyatakan model regresi bebentuk linier.

Variabel kualitas produk (X2), Loyalitas (Y):

Dari hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linearity* 0,314> dari alpha (0,05). Dengan demikian maka sig > alpha, maka Ho diterima yang menyatakan model regresi bebentuk linier.

Variabel kepuasan pelanggan (X3), Loyalitas (Y):

Dari hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linearity* 0,842 > dari alpha (0,05). Dengan demikian maka sig > alpha, maka Ho diterima yang menyatakan model regresi bebentuk linier.

### 4.3.4 Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas**

**Coefficients(a)**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | sig | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 8,296 | 2,251 | | 3,686 | ,000 | | |
| persepsi pelanggan (X1) | -,012 | ,053 | -,022 | -,233 | ,816 | ,997 | 1,003 |
| kualitas produk (X2) | ,058 | ,021 | ,255 | 2,682 | ,009 | ,988 | 1,012 |
| kepuasan pelanggan (X3) | ,113 | ,043 | ,250 | 2,624 | 0,10 | ,985 | 1,015 |

a Dependent Variable: Loyalitas (Y)

*Sumber: Data diolah tahun 2014*

Uji multikolinieritas menggunakan VIF (Variance inflation factor). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolineritas, sedangkan unsur (1 – $R^2$) disebut collinierty tolerance. Artinya jika nilai collinierity tolerance dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinearitas.

Dari hasil perhitungan pada tabel coeficients nilai VIF = 1,003, 1,012, 1,015 kurang dari 10 atau nilai collinierity tolerance = 0,997, 0,988, 0,985 diatas 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran.

### 4.3.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier dengan dua atau lebih variabel independent digunakan untuk menguji pengaruh dan meramalkan suatu variabel dependent (Y) berdasarkan dua atau lebih variabel independent (X1, X2, X3) dalam persamaan linier yaitu:

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_2}$$

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .376[a] | .141 | .114 | 2.276 |

a. Predictors: (Constant), kepuasan pelanggan (X3), persepsi pelanggan (X1), kualitas produk (X2)

Berdasarakan tabel di atas, ditampilkan nilai R, $R^2$ Adjusted $R^2$ dan std Error. Nilai koefisien korelasi (R) yang menunjukan tingkat hubungan antar variabel (0,376). Koefisien determinasi $R^2$ (R Square) sebesar 0,141. Menunjukan bahwa loyalitas (Y) dipengaruhi persepsi pelanggan (X1) kualitas produk (X2) kepuasan pelanggan (X3) sebesar 14,1% sedangkan sisanya sebesar 85,9% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain

Berdasarkan table diatas dikemukakan bahwa nilai koefisien a dan serta t-hitung dan tingkat signifikansi. Dari tabel coefficients terlihat bahwa konstanta a = 36.439, $b_1$ = -0,301 dan $b_2$ = 0,515, maka dapat diketahui persamaan regresi yang diperoleh adalah :

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 8.296 | 2.251 | | 3.686 | .000 |
| | persepsi pelanggan (X1) | -.012 | .053 | -.022 | -.233 | .816 |
| | kualitas produk (X2) | .058 | .021 | .255 | 2.682 | .009 |
| | kepuasan pelanggan (X3) | .113 | .043 | .250 | 2.624 | .010 |

a. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

**Y = 8,296(a) – 0,012(X1) + 0,058(X2) + 0,113 (X3)**

- Konstanta sebesar 8,296 menyatakan bahwa jika tidak ada persepsi pelanggan (X1) , kualitas produk (X2) dan kepuasan pelanggan X(3), maka loyalitas pelanggan sebesar 8,296.
- Koefisien regresi untuk X1 (Persepsi pelanggan) sebesar -0,012 menyatakan bahwa, setiap penambahan satu satuan X1 (persepsi pelanggan) maka akan menurunkan loyalitas pelanggan sebesar 0,012.
- Koefisien regresi X2 (Kualitas produk) sebesar 0,058 menyatakan bahwa, setiap penambahan satu satuan X2 (Kualitas Produk) maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,058.
- Koefisien regresi X3 (Kepuasan Pelanggan) sebesar 0,113 menyatakan bahwa, setiap penambahan satu satuan X3 (Kepuasan Pelanggan) maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,113.

Hipotesis :

Ha : Terdapat pengaruh persepsi pelanggan (X1) , kualitas produk , (X2) kepuasan pelanggan (X3) terhadap Loyalitas pelanggan (Y)

Ho : Tidak terdapat pengaruh persepsi pelanggan (X1) , kualitas produk , (X2) kepuasan pelanggan (X3) terhadap Loyalitas pelanggan (Y)

Besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent dapat dilihat dari nilai beta. Hal ini menunjukan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan (Y) karena diperoleh nilai beta sebesar 0,113.

## 4.4 Hasil Pengujian Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Pengujian regresi secara bersama-sama dilakukan untuk menguji hipotesis:

Ho: Persepsi pelanggan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Ha: Persepsi pelanggan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kriteria pengambilan keputusan :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan dk pembilang k-1 (4-1) dan dk penyebut n-k (100-4) dan α tertentu maka Ho ditolak atau sebaliknya.
- Jika Sig < 0.05 (alpha) maka Ho ditolak atau sebaliknya

**ANOVA[b]**

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 81.662 | 3 | 27.221 | 5.257 | .002[a] |
| | Residual | 497.098 | 96 | 5.178 | | |
| | Total | 578.760 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), kepuasan pelanggan (X3), persepsi pelanggan (X1), kualitas produk (X2)

b. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

Sumber : Data yang diolah tahun 2014

Berdasarkan hasil data tabel diatas terlihat bahwa $F_{hitung}$ sebesar 5,257> $F_{tabel}$ = 2,72 atau sig= 0.000 < 0.05 (α), dengan demikian Ho ditolak dan Ha menerima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel persepsi pelanggan (X1), kualitas produk(X2), kepuasan pelanggan(X3) berpengaruh terhadap loyalitas(Y)

### 4.5 Hasil Pengujian Uji t

**Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Uji t**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 8.296 | 2.251 | | 3.686 | .000 |
| | persepsi pelanggan (X1) | -.012 | .053 | -.022 | -.233 | .816 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| kualitas produk (X2) | .058 | .021 | .255 | 2.682 | .009 |
| kepuasan pelanggan (X3) | .113 | .043 | .250 | 2.624 | .010 |

a. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

Ketentuan berdasarkan nilai t :

Jika $t_{hiung} > t_{tabel}$ , 0,05 (dk = n-1) maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ , 0,05 (dk = n-1) maka Ho diterima Ha ditolak.

Hipotesis:

Ho: tidak terdapat pengaruh persepsi pelanggan (X1) terhadap loyalitas pelanggan(Y)

Ha: terdapat pengaruh persepsi pelanggan (X1) terhadap loyalitas pelanggan(Y)

Terlihat bahwa $t_{hitung}$persrpsi pelanggan (X1) sebesar -0,233 sedangkan $t_{tabel}$ dengan dk(100-1= 99) adalah 2,000 jadi $t_{hitung}$ -0,233< $t_{tabel}$ 2,000, maka Ho diterima dan Ha di tolak. Jadi tidak terdapat pengaruh persepsi pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

.

Hipotesis:

Ho: tidak terdapat pengaruh kualitas produk (X2) terhadap loyalitas pelanggan(Y)

Ha: terdapat pengaruh kualitas produk (X2) terhadap loyalitas pelanggan(Y)

Pada variabel kualitas produk (X2) dengan $t_{hitung}$ sebesar 2,682 sedangkan $t_{tabel}$ adalah 2,000 jadi $t_{hitung}$ 2,682> $t_{tabel}$ 2,000, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

Hipotesis:

Ho: tidak terdapat pengaruh kepuasan pelanggan (X3) terhadap loyalitas pelanggan(Y)

Ha: terdapat pengaruh kepuasan pelanggan (X3) terhadap loyalitas pelanggan(Y)

Pada variabel kepuasan pelanggan (X3) dengan $t_{hitung}$ sebesar 2,624 sedangkan $t_{tabel}$ adalah 2,000 jadi $t_{hitung}$ 2,624> $t_{tabel}$ 2,000, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

**4.7 Pembahasan**

Hasil dari uji hipotesis statistika menyatakan bahwa hasil uji t berdasarkan koefisien menghasilkan nilai $t_{hitung}$ persepsi pelanggan (X1) sebesar -0,233 sedangkan $t_{tabel}$ dengan dk(100-1= 99) adalah 2,000 jadi $t_{hitung}$ -0,233< $t_{tabel}$ 2,000, maka Ho diterima dan Ha di tolak. Jadi tidak terdapat pengaruh persepsi pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil uji liniear regresi berganda yang menyatakan uji asumsi ini memiliki pengaruh signifikan dan hasilnya dapat di peroleh yaitu R = 0,376 menunjukkan tingkat hubungan antar variabel. Untuk koefisien determinan (R square) sebesar 0,141 menunjukkan bahwa loyalitas dipengaruhi oleh persepsi pelanggan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan sebesar 14,1% sedangkan 85,9% dipengaruhi oleh faktor lain.