

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskriptif Data

Deskriptif adalah untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis mencoba untuk menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain.

##### 4.1.1 Deskripsi karakteristik responden

- a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4.1**

#### **Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin**

<b>Jenis kelamin</b>	<b>Jasa penjual tiket pesawat</b>	
	<b>Aryo Putra Mandiri</b>	<b>Traveloka</b>
Laki - laki	92	63
Perempuan	24	21
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>84</b>

Sumber : Data diolah, 2017

Dari tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada konsumen pembeli tiket pesawat melalui Aryo Putra Mandiri menunjukkan angka 92 untuk jenis kelamin laki – laki dan untuk jenis kelamin perempuan adalah 24, sedangkan pada konsumen pembelian tiket Traveloka adalah 63 untuk laki – laki dan 21 perempuan. Jadi dari kedua objek penelitian tersebut didominasi oleh laki – laki.

- b. Karakteristik responden berdasarkan usia

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden berdasarkan usia**

Usia	Jasa penjual tiket pesawat	
	Aryo Putra Mandiri	Traveloka
17 - 24	17	22
25 - 32	38	46
33 - 40	61	16
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>84</b>

Sumber : Data diolah, 2017

Dari tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada konsumen pembeli tiket pesawat melalui agen tiket Aryo Putra Mandiri menunjukkan angka 17 untuk usia 17 – 24 tahun, untuk usia 25 – 32 tahun adalah 38 orang dan untuk usia 33 – 40 tahun adalah 61 orang. Sedangkan pada konsumen pembelian tiket melalui Traveloka adalah 22 untuk usia 17 – 24 untuk usia 25 – 30 adalah 46 dan untuk 33 – 40 adalah 16 orang. Jadi untuk konsumen tiket Aryo Putra Mandiri didominasi oleh usia 33 – 40 tahun dan untuk tiket Traveloka didominasi oleh usia 25 – 34 tahun.

- c. Karakteristik responden berdasarkan status

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden berdasarkan status**

Usia	Jasa penjual tiket pesawat	
	Aryo Putra Mandiri	Traveloka
Belum menikah	24	35
menikah	92	49
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>84</b>

Sumber : Data diolah, 2017

Dari tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan status peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada konsumen pembeli tiket pesawat melalui agen tiket Aryo Putra Mandiri menunjukkan

angka 24 untuk responden berstatus belum menikah dan status menikah ditunjukkan dengan angka 92, sedangkan untuk responden pembeli tiket Traveloka adalah 35 untuk status belum menikah dan 49 untuk responden berstatus menikah. Jadi dari kedua objek tersebut responden kebanyakan yang berstatus menikah.

#### 4.1.2 Deskripsi jawaban responden

Deskripsi hasil jawaban responden yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner adalah sebagai berikut :

##### 1. Variabel sikap konsumen pembelian tiket melalui Aryo Putra Mandiri

**Tabel 4.4**  
Deskripsi jawaban responden tentang sikap konsumen pembelian tiket pesawat melalui Aryo Putra Mandiri

No	Dimensi	Pertanyaan	Jawban									
			SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Kepercayaan	Pertanyaan 1	20	17,2	36	31,0	50	43,1	9	7,8	1	0,9
		Pertanyaan 2	29	25,0	46	39,7	36	31,0	3	2,6	2	1,7
2	Intensitas	Pertanyaan 1	21	18,1	47	40,5	43	37,1	4	3,4	1	0,9
3	Keinginan	Pertanyaan 1	16	13,8	45	38,8	47	40,5	8	6,9	0	0
4	Kecendrungan	Pertanyaan 1	16	13,8	61	52,6	33	28,4	6	5,2	0	0
5	Pengetahuan konsumen	Pertanyaan 1	20	17,2	52	44,8	32	27,6	9	7,8	3	2,6
		Pertanyaan 2	15	12,9	54	46,6	35	30,2	8	6,9	4	3,4

Sumber : Data diolah, 2017

##### 2. Variabel sikap konsumen pembelian melalui Traveloka

**Tabel 4.5**  
Deskripsi jawaban responden tentang sikap konsumen pembelian tiket pesawat melalui Traveloka

No	Dimensi	Pertanyaan	Jawban									
			SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Kepercayaan	Pertanyaan 1	23	27,4	40	47,6	18	21,4	3	3,6	0	0
		Pertanyaan 2	15	17,9	45	53,6	20	23,6	4	4,8	0	0
2	Intensitas	Pertanyaan 1	20	23,8	34	40,5	22	26,2	8	9,5	0	0
3	Keinginan	Pertanyaan 1	22	26,2	40	47,6	20	23,8	2	2,4	0	0
4	Kecendrungan	Pertanyaan 1	18	21,4	38	45,2	23	27,4	5	6,0	0	0
5	Pengetahuan	Pertanyaan 1	12	14,3	43	51,2	27	32,1	1	1,2	1	1,2

	konsumen	Pertanyaan 2	12	14,3	42	50,0	28	33,3	2	2,4	0	0
--	----------	--------------	----	------	----	------	----	------	---	-----	---	---

Sumber : Data diolah, 2017

## 4.2 Hasil Persyaratan uji instrumen

### 4.2.1 Hasil uji validitas

Sebelum dilakukan pengelolaan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden di uji dengan uji validitas dan uji reabilitas yang diuji cobakan pada 40 responden dari masing – masing objek. Kriteria pengujian adalah apabila  $sig \leq \alpha (0,05)$  , maka kuisisioner dinyatakan valid, sebaliknya jika  $sig > \alpha (0,05)$  , maka kuisisioner dinyatakan tidak valid dan apabila  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , maka kuisisioner dinyatakan valid, sebaliknya jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  maka kuisisioner tidak valid.

**Tabel 4.6**  
**Hasil uji validitas kuesioner sikap konsumen pembelian tiket**  
**melalui Aryo Putra Mandiri**

Pertanyaan	Sig	Alpha	kondisi	Simpulan
Pertanyaan 1	0,000	0,005	Sig < alpha	Valid
Pertanyaan 2	0,000	0,005	Sig < alpha	Valid
Pertanyaan 3	0,000	0,005	Sig < alpha	Valid
Pertanyaan 4	0,000	0,005	Sig < alpha	Valid
Pertanyaan 5	0,000	0,005	Sig < alpha	Valid
Pertanyaan 6	0,000	0,005	Sig < alpha	Valid
Pertanyaan 7	0,000	0,005	Sig < alpha	Valid

(Sumber : diolah berdasarkan kuesioner, 2017)

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas pada sikap konsumen pembelian tiket Aryo Putra Mandiri dapat dikatakan valid karena dari semua pertanyaan yang ada dikuesioner memiliki nilai 0,000 atau lebih kecil dari alpha (0,005).

**Tabel 4.7**  
**Hasil uji validitas kuesioner sikap konsumen pembelian tiket melalui**  
**Traveloka**

Pertanyaan	Sig	Alpha	kondisi	Simpulan
Pertanyaan 1	0,000	0,005	Sig < alpha	Valid
Pertanyaan 2	0,000	0,005	Sig < alpha	Valid
Pertanyaan 3	0,000	0,005	Sig < alpha	Valid

Pertanyaan 4	0,000	0,005	Sig < alpha	Valid
Pertanyaan 5	0,000	0,005	Sig < alpha	Valid
Pertanyaan 6	0,000	0,005	Sig < alpha	Valid
Pertanyaan 7	0,000	0,005	Sig < alpha	Valid

(Sumber : diolah berdasarkan kuesioner, 2017)

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas pada sikap konsumen pembelian tiket melalui Traveloka dapat dikatakan valid karena hampir semua pertanyaan yang ada dikuesioner memiliki nilai 0,000 atau lebih kecil dari alpha (0,005).

#### 4.2.2 Uji reliabilitas

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan uji reliability diperoleh hasil pengujian reliabilitas kuisisioner menggunakan *Alpha cronbach*.

**Tabel 4.8**

#### **Uji reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Nilai alpha cronbach</b>	<b>Keterangan</b>
Sikap konsumen tiket offline	736	Reliabel tinggi
Sikap konsumen tiket online	727	Reliabel tinggi

(Sumber : diolah berdasarkan kuesioner, 2017)

Pada variabel sikap konsumen tiket melalui Aryo Putra Mandiri diperoleh angka 749 dan pada variabel sikap konsumen tiket melalui Traveloka adalah 689 yang kemudian dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien *r* sebagai berikut:

<b>Koefisien r</b>	<b>Reliabilitas</b>
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

Dari daftar interpretasi tersebut diatas maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut mempunyai reliabilitas yang tinggi.

### 4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

#### 4.3.1 Uji normalitas sampel

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel berdistribusi normal atau tidak. Variabel yang berdistribusi normal yaitu jumlah sampel yang diambil sudah representative atau belum sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam uji normalitas hipotesis yang diajukan dan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Ho: Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha: Data berasal dari populasi tidak berdistribusi normal.

Kriteria Pengambilan Keputusan:

1. Apabila  $\text{sig} < 0,05$  maka Ho ditolak.
2. Apabila  $\text{sig} > 0,05$  maka Ho diterima

**Tabel 4.9**

#### Hasil Uji Normalitas One-Sampel Kolmogrov-Smirnov Test

No	Objek penelitian	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
1	Tiket Aryo P	0,175	0,05	Sig > alpha	Normal
2	Tiket Traveloka	0,068	0,05	Sig > alpha	Normal

(Sumber : diolah berdasarkan kuesioner, 2017)

Berdasarkan tabel 4.9 one sampel kolmogrov smirnov test menunjukkan bahwa sikap konsumen pada tiket melalui Aryo Putra Mandiri dengan memperoleh tingkat signifikan  $0,175 > 0,05$  maka data berdistribusi normal. Kemudian sikap konsumen pada tiket Traveloka memiliki tingkat signifikan  $0,068 > 0,05$  maka data berdistribusi normal.

### 4.4 Metode Analisis Data Snake Diagram

#### 4.4.1 Metode skor rata – rata

Analisis dalam penentuan skor rata rata yaitu mencari nilai rata – rata dari seluruh hasil jawaban responden masing – masing objek.

Dijelaskan dengan tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.10****Data skor rata – rata jawaban responden tiket pesawat Aryo Putra Mandiri**

<b>Dimensi</b>	<b>Butir pernyataan</b>	<b>Skor rerata per atribut</b>	<b>Total skor rata - rata</b>
Kepercayaan	Butir 1	3,56	3,7
	Butir 2	3,84	
Intensitas	Butir 1	3,72	3,72
Keinginan	Butir 1	3,59	3,59
Kecendrungan	Butir 1	3,75	3,75
Pengetahuan konsumen	Butir 1	3,66	3,62
	Butir 2	3,59	

(Sumber : diolah berdasarkan kuesioner, 2017)

Berdasarkan tabel 4.10 pada dimensi kecendrungan memiliki skor rata – rata tertinggi dari dimensi yang lain, yaitu dengan skor rata – rata 3,75.

**Tabel 4.11****Data skor rata – rata jawaban responden tiket pesawat Traveloka**

<b>Dimensi</b>	<b>Butir pernyataan</b>	<b>Skor rerata per atribut</b>	<b>Total skor rata - rata</b>
Kepercayaan	Butir 1	3,99	3,92
	Butir 2	3,85	
Intensitas	Butir 1	3,79	3,79
Keinginan	Butir 1	3,98	3,98
Kecendrungan	Butir 1	3,82	3,82
Pengetahuan konsumen	Butir 1	3,76	3,76
	Butir 2	3,76	

(Sumber : diolah berdasarkan kuesioner, 2017)

Berdasarkan tabel 4.1 pada dimensi keinginan memiliki skor rata - rata tertinggi dari dimensi yang lain, yaitu dengan skor rata - rata 3,98.

#### 4.4.2 Penentuan rentang skala

Untuk mendapatkan nilai skala penulis menggunakan rentang skala semantik dengan rumus sebagai berikut :

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

Dimana :

RS = rentang skala

m = angka tertinggi dalam pengukuran, angka tertinggi adalah 5

sedangkan angka terendah adalah 1

n = angka terendah dalam pengukuran

b = banyak nya kelas terbentuk.

Ada lima kelas yang terbentuk sesuai dengan jumlah kategori dengan rumus diatas, maka rentang skala dapat dihitung sebagai berikut :

$$RS = \frac{5-1}{5}$$

5

$$RS = 0,8$$

Dengan rentang skala 1,2 maka skala numeriknya adalah sebagai berikut :

Sangat tidak setuju : 0,8 – 1,6

Tidak setuju : 1,7 – 2,4

Netral : 2,5 – 3,2

Setuju : 3,3 – 4

Sangat setuju : 4,1 – 4,8

Hasil pengujian menggunakan responden yang terbagi atas 2 kelompok yaitu konsumen tiket melalui Aryo Putra Mandiri dan konsumen tiket melalui Traveloka dengan variabel sikap konsumen dan menggunakan snake diagram (diagram ular).



Tabel 4.12

Hasil analisis *Snake Diagram* berdasarkan Dimensi – dimensi sikap pada tiket pesawat melalui Aryo Putra Mandiri dan Traveloka

No	Butir pertanyaan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju
		0,8 – 1,6	1,7 – 2,4	2,5 – 3,2	3,3 - 4	4,1 – 4,8
<i>Indikator sikap</i>						
1	Kepercayaan				3,92 3,7	
2	Intensitas				3,79 3,72	
3	Keinginan				3,98 3,59	
4	Kecendrungan				3,82 3,75	
5	Pengetahuan konsumen				3,76 3,62	

Sumber: Data diolah, 2017

Keterangan :Aryo Putra Mandiri ..... Traveloka —

Berdasarkan tabel snake diagram menunjukkan seluruh sikap konsumen tiket Lion Air via Aryo Putra Mandiri memberikan tanggapan kearah setuju dan ini dilihat dari dimensi sikap, Kepercayaan = 3,7 Intensitas = 3,72 keinginan = 3,59 kecendrungan = 3,75 pengetahuan konsumen = 3,62. Kemudian untuk sikap konsumen tiket Lion Air via Traveloka memberikan kearah setuju sama seperti responden Aryo Putra Mandiri. Ini juga dilihat dari masing – masing butir pertanyaan indikator, Kepercayaan = 3,92 intensitas = 3,79 keinginan = 3,98 kecendrungan = 3,82 pengetahuan konsumen = 3,76.

## 4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil *Snake Diagram* diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap penilaian tentang sikap konsumen dalam pembelian tiket pesawat melalui Aryo Putra Mandiri dan juga Traveloka yang didasarkan oleh dimensi sikap yang digunakan. Hal ini dapat diketahui pada penjelasan di tiap dimensi yang digunakan sebagai berikut :

### 1. Dimensi kepercayaan

Analisis sikap konsumen terhadap pembelian tiket pesawat melalui Aryo Putra Mandiri dan Traveloka terhadap dimensi kepercayaan memiliki tidak terdapat perbedaan yang signifikan, hanya perbedaan skor rata – rata dari kedua objek. Dalam penelitian pengujian ini keduanya sama – sama berada dikategori sikap setuju. Dengan total skor rata – rata 3,92 untuk Traveloka dan 3,7 dengan pertanyaan yang mewakili seberapa besar kah kepercayaan anda terhadap transaksi pembelian tiket pesawat Lion Air via Traveloka.

### 2. Dimensi intensitas

- Analisis sikap konsumen terhadap pembelian tiket pesawat melalui Aryo Putra Mandiri dan Traveloka terhadap dimensi intensitas tidak memiliki perbedaan yang signifikan dari kedua objek. dalam penelitian pengujian ini keduanya berada dikategori sikap setuju. Sikap konsumen pembelian tiket pesawat melalui Traveloka memiliki total skor rata – rata 3,79. Sedangkan pada sikap konsumen pembelian tiket melalui Aryo Putra Mandiri berada memiliki skor rata – rata 3,72 dengan pernyataan yang mewakili saya memiliki kesukaan terhadap pembelian tiket pesawat Lion Air via Aplikasi Traveloka.

### 3. Dimensi keinginan

Analisis sikap konsumen terhadap pembelian tiket pesawat melalui Aryo Putra Mandiri dan Traveloka terhadap dimensi keinginan tidak memiliki perbedaan yang signifikan dari kedua objek dan berada direntang skala sikap setuju. Dengan skor rata – rata untuk konsumen tiket Aryo Putra Mandiri 3,59 dan untuk Traveloka 3,98 dengan pertanyaan yang mewakili saya memiliki sikap keinginan yang kuat terhadap pembelian tiket pesawat lion Air via Aplikasi Traveloka.

#### **4. Dimensi kecenderungan**

Analisis sikap konsumen terhadap pembelian tiket pesawat melalui Aryo Putra Mandiri dan Traveloka terhadap dimensi kecenderungan tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Keduanya berada di rentang skala sikap setuju. Dengan skor rata – rata konsumen tiket Aryo Putra Mandiri 3,75 dan untuk Traveloka 3,82. Dengan pernyataan yang mewakili Saya memiliki sikap kecenderungan terhadap pembelian tiket pesawat Lion Air via Aplikasi Traveloka.

#### **5. Dimensi pengetahuan konsumen**

Analisis sikap konsumen terhadap pembelian tiket pesawat melalui Aryo Putra Mandiri dan Traveloka terhadap dimensi pengetahuan konsumen tidak memiliki perbedaan yang signifikan dari kedua objek. Dalam penelitian pengujian ini kedua objek berada direntang skala sikap setuju. kategori dengan skor rata – rata untuk Aryo Putra Mandiri 3,62 Sedangkan pada sikap konsumen pembelian tiket Traveloka memiliki skor rata – rata 3,76 dengan pertanyaan yang mewakili Saya membeli tiket pesawat Lion Air via Aplikasi Traveloka, karena saya mengetahui tata cara transaksi pembelian tiketnya sangat mudah.

Berdasarkan hasil penelitian dari hipotesis yang diajukan sikap konsumen pembelian tiket pesawat lion via Aryo Putra Mandiri dan Traveloka dengan menggunakan snake diagram tidak terdapat perbedaan signifikan dimasing – masing dimensinya. Tetapi hanya nilai skor rata – rata dari kedua objek didominasi oleh Traveloka. Jadi kesimpulannya konsumen sama – sama menyukai pembelian tiket pesawat Lion Air via Aryo Putra Mandiri dan juga Traveloka. Karena kedua objek tersebut memang memiliki konsumennya masing – masing.