

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya yaitu menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan pendapatan.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap pelanggan Oppo Smartphone Lampung berjumlah 96 orang. Untuk mengetahui data jenis kelamin responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	40	41,7
2	Perempuan	56	58,3
Total		96	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Dari tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu perempuan artinya pelanggan Oppo Smartphone Lampung berjumlah 96 orang didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 56 orang.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Dewasa Awal (19 – 24)	47	49,0
2	Dewasa Lanjut (25 – 35)	32	33,3
3	Separuh Baya (36– 50)	12	12,5
4	Tua (51-65)	5	5,2
Total		96	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia diketahui usia dewasa awal (19-24) tahun menempati tingkat tertinggi artinya pelanggan Oppo Smartphone Lampung didominasi oleh konsumen yang berusia dewasa awal (19-24) tahun sebanyak 47 orang.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

No	Tempat Tinggal	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Rajabasa	27	28,1
2	Kedaton	30	31,3
3	Wayhalim	23	24,0
4	Kemiling	10	10,4
5	Teluk Betung	6	6,3
Total		96	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan asal tempat tinggal diketahui daerah Kedaton menempati tingkat tertinggi artinya pelanggan Oppo Smartphone Lampung didominasi oleh pelanggan yang asal tempat tinggal di Kedaton sebanyak 30 orang.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status

No	Status	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Single	55	57,3
2	Sudah Menikah	41	42,7
Total		96	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan status diketahui status single menempati tingkat tertinggi artinya pelanggan Oppo Smartphone Lampung didominasi oleh pelanggan yang berstatus single sebanyak 55 orang.

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SMP	2	7,0
2	SMA	18	46,0
3	D3	19	39,0
4	S1	48	8,0
5	52	9	
Total		96	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan pendidikan diketahui pendidikan S1 menempati tingkat tertinggi artinya pelanggan Oppo Smartphone Lampung didominasi oleh pelanggan yang berpendidikan S1 sebanyak 48 orang.

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Karyawan Swasta	8	8,3
2	PNS	16	16,7
3	Wiraswasta	4	4,2
4	Ibu Rumah Tangga	6	6,3
5	Mahasiswa	43	44,8
6	Profesional	8	8,3
7	Karyawan BUMN	4	4,2
8	Petani/Pedagang	7	7,3
Total		96	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.6 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diketahui Mahasiswa menempati tingkat tertinggi artinya pelanggan Oppo Smartphone Lampung didominasi oleh pelanggan yang bekerja sebagai mahasiswa sebanyak 43 orang.

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< 2.000.000	44	45,8
2	2.000.000 – 4.000.000	28	29,2
3	4.000.000 – 6.000.000	18	18,8
4	6.000.000 – 8.000.000	6	6,3
5	>10.000.000	0	0
Total		96	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.7 karakteristik responden berdasarkan pendapatan diketahui pendapatan sebesar <2.000.000 menempati tingkat tertinggi artinya pelanggan Oppo Smartphone Lampung didominasi oleh pelanggan yang pendapatannya sebesar <2.000.000 sebanyak 44 orang.

4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil jawaban mengenai kuesioner yang disebar kepada 96 responden sebagai berikut :

Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (X1)

No	Pernyataan	Jawaban									
		Sangat Setuju (10)	(9)	(8)	(7)	(6)	(5)	(4)	(3)	(2)	Tidak Setuju (1)
		F	F	F	F	F	F	F	F	F	F
1	Konsumen memiliki ekspektasi yang lebih terhadap Oppo.	0	0	0	3	3	19	42	25	4	0
2	Konsumen akan selalu konsisiten dalam menggunakan Oppo	0	0	1	1	3	24	32	29	6	0

3	Oppo memiliki reputasi yang baik dimata konsumen.	0	1	1	1	1	18	42	27	5	0
4	Konsumen memiliki kesan yang baik saat menggunakan Oppo	0	0	4	2	11	49	25	4	1	0
5	Kualitas kamera yang baik mampu menyaingi <i>smartphone</i> yang lainnya.	0	1	2	2	20	45	26	0	0	0
6	Oppo memiliki fitur yang tidak dimiliki oleh <i>smartphone</i> pesaing.	0	1	3	3	1	12	41	31	4	0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Dari tabel 4.8 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 96 responden, pernyataan 4 mengenai “Konsumen memiliki kesan yang baik saat menggunakan Oppo” mendapat respon tertinggi dengan nilai jawaban 8 yaitu sebanyak 4 orang. Sedangkan pernyataan 1 mengenai “Konsumen memiliki ekspektasi yang lebih terhadap Oppo” mendapat respon terendah dengan nilai jawaban 8 sebanyak 0 orang.

Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepuasan (X2)

No	Pernyataan	Jawaban									
		Sangat Setuju (10)	(9)	(8)	(7)	(6)	(5)	(4)	(3)	(2)	Tidak Setuju (1)
		F	F	F	F	F	F	F	F	F	F
1	Konsumen memiliki harapan yang lebih terhadap perkembangan fitur – fitur yang ada pada Oppo.	0	2	4	3	1	15	37	28	5	1
2	Konsumen berharap Oppo terus meningkatkan system keamanan pada <i>smartphone</i> .	0	0	2	1	20	47	24	2	0	0
3	Konsume akan kembali membeli produk Oppo yang baru	0	0	2	2	17	41	28	6	0	0
4	Brand Oppo akan terus menjadi pilihan konsumen	0	2	2	3	2	12	36	31	8	0

5	Konsumen memberikan penilaian yang baik tentang Oppo kepada rekannya.	0	2	8	2	8	37	34	3	2	0
6	Konsumen akan selalu memili Oppo untuk menjadi <i>smartpone</i> pilihannya.	0	4	1	2	2	19	37	26	5	0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Dari tabel 4.9 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 96 responden, pernyataan 5 mengenai “Konsumen memberikan penilaian yang baik tentang Oppo kepada rekannya” mendapat respon tertinggi dengan nilai jawaban 8 yaitu sebanyak 8 orang. Sedangkan pernyataan 6 mengenai “Konsumen akan selalu memili Oppo untuk menjadi *smartpone* pilihannya” mendapat respon terendah dengan nilai jawaban 8 sebanyak 1 orang.

Tabel 4.10 Hasil Jawaban Responden Variabel Kemudahan (X3)

No	Pernyataan	Jawaban									
		Sangat Setuju (10)	(9)	(8)	(7)	(6)	(5)	(4)	(3)	(2)	Tidak Setuju (1)
		F	F	F	F	F	F	F	F	F	F
1	Konsumen dengan mudahnya mendapatkan pelayanan yang baik dari Oppo.	0	0	5	3	2	19	32	30	5	0
2	Oppo memiliki system pelyanan yang cepat.	0	0	2	3	9	17	41	21	2	1
3	Konsumen dapat dengan mudahnya memperoleh informasi tentang harga dan produk Oppo.	0	0	4	6	6	10	29	37	3	1
4	Informasi yang diberikan Oppo sangat memudahkan konsumen	0	1	7	3	1	10	30	38	6	0
5	Oppo memiliki fitur – fitur yang mudah untuk digunakan	0	2	3	5	14	36	30	6	0	0
6	Konsumen dengan mudahnya untuk membeli produk Oppo.	0	1	5	6	2	19	22	34	6	1

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Dari tabel 4.10 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 96 responden, pernyataan 4 mengenai “Informasi yang diberikan Oppo sangat memudahkan konsumen” mendapat respon tertinggi dengan nilai jawaban 8 yaitu sebanyak 7 orang. Sedangkan pernyataan 2 mengenai “Oppo memiliki system pelayanan yang cepat” mendapat respon terendah dengan nilai jawaban 8 sebanyak 2 orang.

Tabel 4.11 Hasil Jawaban Responden Variabel Pengalaman (X4)

No	Pernyataan	Jawaban									
		Sangat Setuju (10)	(9)	(8)	(7)	(6)	(5)	(4)	(3)	(2)	Tidak Setuju (1)
		F	F	F	F	F	F	F	F	F	F
1	Konsumen dapat menceritakan pengalamannya dengan apa yang telah dilihat dan dirasakan saat menggunakan Oppo.	0	0	3	3	6	23	31	25	5	0
2	Konsumen memiliki perasaan yang baik terhadap Oppo.	0	2	4	4	3	15	33	27	8	0
3	Konsumen merasakan kenyamanan saat menggunakan Oppo.	0	0	6	5	5	15	23	34	7	1
4	Oppo mendorong konsumen untuk berpikir tetap menggunakan Oppo	0	0	9	5	3	19	28	25	7	0
5	Oppo selalu memberikan inovasi terbaru terhadap produknya.	0	3	5	6	3	16	31	27	5	0
6	Konsumen dapat menciptakan pengalamannya dengan baik mengenai Oppo..	0	0	6	9	3	13	34	24	6	1

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Dari tabel 4.11 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 96 responden, pernyataan 4 mengenai “Oppo mendorong konsumen untuk berpikir tetap menggunakan Oppo”mendapat respon tertinggi dengan nilai jawaban 8 yaitu sebanyak 9 orang. Sedangkan pernyataan 1 mengenai “Konsumen dapat menceritakan pengalamannya dengan apa yang telah dilihat dan dirasakan saat menggunakan Oppo” mendapat respon terendah dengan nilai jawaban 8 sebanyak 3 orang.

Tabel 4.12 Hasil Jawaban Responden Variabel Loyalitas (Y)

No	Pernyataan	Jawaban									
		Sangat Setuju (10)	(9)	(8)	(7)	(6)	(5)	(4)	(3)	(2)	Tidak Setuju (1)
		F	F	F	F	F	F	F	F	F	F
1	Konsumen akan terus melakukan pembelian kepada produk Oppo..	1	5	13	4	7	16	35	15	0	0
2	Konsumen selalu menantikan produk baru yang akan dikeluarkan oleh Oppo.	0	4	14	9	8	13	22	24	2	0
3	Konsumen akan membeli dari lini produk yang lain.	0	5	13	9	10	22	19	15	3	0
4	Konsumen akan merekomendasikan Oppo kepada yang lain.	0	8	8	8	11	15	31	15	0	0
5	Konsumen akan selalu menceritakan review baik akan penggunaan Oppo.	2	5	7	12	6	19	26	19	0	0
6	Konsumen tidak akan mudah beralih pada produk yang lain	1	1	20	12	6	13	38	5	0	0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Dari tabel 4.12 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 96 responden, pernyataan 6 mengenai “Konsumen tidak akan mudah beralih pada produk yang lain” mendapat respon tertinggi dengan nilai jawaban 8 yaitu sebanyak 20 orang. Sedangkan pernyataan 5 mengenai “Konsumen akan selalu menceritakan review baik akan penggunaan

Oppo” mendapat respon terendah dengan nilai jawaban 8 sebanyak 7 orang.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan kolerasi *product moment*.

Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.0 .

Kriteria pengujian untuk uji validitas ini adalah :

Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument valid

Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument tidak valid

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas kepercayaan (X1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,506	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,532	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,720	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,739	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,576	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,804	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai kepercayaan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai kepercayaan dinyatakan valid.

Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Kepuasan (X2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,788	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,484	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,670	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,799	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,784	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,411	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang mengenai kepuasan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai kepuasan dinyatakan valid.

Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Kemudahan (X3)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,727	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,747	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,629	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,616	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,664	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,369	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang mengenai kemudahan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai kemudahan dinyatakan valid.

Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Pengalaman (X4)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,585	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,699	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,711	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,542	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,613	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,450	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang mengenai pengalaman. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai pengalaman dinyatakan valid.

Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Loyalitas (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,550	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,492	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,7800	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,870	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,794	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,396	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.17 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang mengenai loyalitas. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai loyalitas dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program IBM SPSS 21. Hasil uji realibilitas

setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.18 Daftar Interpretasi Koefisien

Koefisien r	Realibilitas
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

Sumber : Sugiyono (2011)

Berdasarkan tabel 4.18 ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien alpha chronbach	Koefisien r	Simpulan
Kepercayaan (X1)	0,705	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Kepuasan (X2)	0,730	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Kemudahan (X3)	0,702	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Pengalaman (X4)	0,651	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Loyalitas (Y)	0,753	0,6000 – 0,7999	Tinggi

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.19 nilai cronbach's alpha tertinggi yaitu sebesar 0,753 untuk variabel loyalitas dengan tingkat reliabel tinggi. Nilai cronbach's alpha terendah sebesar 0,651 untuk variabel pengalaman dengan tingkat reliable tinggi.

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Uji Normalitas

Menurut Imam Ghazali (2011 p:160) uji normalitas sampel bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual

memiliki distribusi normal. Alat uji yang digunakan adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S).

Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Alpha	Keterangan
Kepercayaan (X1)	0,085	0.05	Normalitas
Kepuasan (X2)	0,185	0.05	Normalitas
Kemudahan (X3)	0,053	0.05	Normalitas
Pengalaman (X4)	0,121	0.05	Normalitas
Loyalitas (Y)	0,430	0.05	Normalitas

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Dari hasil perhitungan normalitas pada tabel 4.20 diatas dapat disimpulkan bahwa semua nilai signifikansi untuk semua variabel penelitian lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima sehingga untuk keseluruhan nilai variable lebih besar dari nilai *Alpha* (0,05) yang berarti data terdistribusi normal.

4.3.2 Uji Linearitas

Uji Linearitas adalah untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan salah atau benar. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 21.0.

Rumusan hipotesis:

H_0 : model regresi berbentuk linier.

H_a : model regresi tidak berbentuk linier.

Dengan kriteria :

1. Jika probabilitas (sig) > 0,05 (alpha) maka H_0 diterima, H_a ditolak
2. Jika probabilitas (sig) < 0,05 (alpha) maka H_0 ditolak, H_a diterima

Berikut merupakan hasil dari uji linieritas :

Tabel 4.21 Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig	Alpha	Simpulan	Keterangan
Kepercayaan (X1)	0,942	0,05	Sig > Alpha	Linier
Kepuasan (X2)	0,302	0,05	Sig > Alpha	Linier
Kemudahan (X3)	0,113	0,05	Sig > Alpha	Linier
Pengalaman (X4)	0,122	0,05	Sig > Alpha	Linier

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Dari hasil perhitungan linieritas pada tabel 4.21 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel kepercayaan (X1) dan loyalitas (Y) sebesar 0,942 lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima, nilai signifikansi untuk variabel kepuasan (X2) dan loyalitas (Y) sebesar 0,302 lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima, nilai signifikansi untuk variabel kemudahan (X3) dan loyalitas (Y) sebesar 0,113 lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima dan nilai signifikansi untuk variabel pengalaman (X4) dan loyalitas (Y) sebesar 0,122 lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima. Hasil nilai signifikansi untuk keseluruhan variable lebih besar dari nilai *Alpha* (0,05) yang berarti data dari populasi tersebut linier.

4.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linier antara variabel bebas (independen) satu dengan variabel bebas (independen) yang lainnya.

Kriteria pengujian :

1. H_0 : tidak terdapat hubungan antar variabel independen.
 H_a : terdapat hubungan antar variabel independen.
2. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinieritas.
 Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas.
3. Jika nilai tolerance $< 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas.
 Jika nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas.

Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kepercayaan (X1)	0,852	1,174	Tidak Ada Multikolinearitas
Kepuasan (X2)	0,696	1,437	Tidak Ada Multikolinearitas
Kemudahan (X3)	0,559	1,790	Tidak Ada Multikolinearitas
Pengalaman (X4)	0,553	1,808	Tidak Ada Multikolinearitas

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Hasil perhitungan Tolerance menunjukkan tidak ada nilai variabel independen yang memiliki nilai Tolerance $> 0,1$ yang berarti tidak ada korelasi antara variabel independen yang nilainya lebih dari 95 persen. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki VIF < 10 . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

4.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2011:110). Penelitian ini menggunakan Nilai DW (*Durbin Watson*). Dengan hasil uji sebagai berikut :

Tabel 4.23 Hasil Uji Autokorelasi

Variabel	Durbin-Watson	dL	dU	Kondisi	Simpulan
Kepercayaan (X1) Kepuasan (X2) Kemudahan (X3) Pengalaman (X4)	1,099	1,58	1,75	$DW < dU < (4 - 1,58) = 2,42$	Tidak ada autokorelasi

Sumber : Data sekunder diolah,2018

Dari hasil output di atas didapat nilai DW yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,099. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data $(n) = 96$, serta $k = 4$ (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh nilai dL sebesar 1,58 dan dU sebesar 1,75. Maka nilai DW $1,099 < 1,75 < (4-1,58) = 2,42$ yang berarti dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi.

4.4 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu kepercayaan, kepuasan, kemudahan, pengalaman dan loyalitas, pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 21.0. Berikut merupakan hasil pengujian regresi berganda :

Tabel 4.24 Hasil Korelasi

Nilai Korelasi (R)	R Square (R ²)
0,447	0,200

Sumber : Data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.24 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,447 artinya tingkat hubungan antara kepercayaan, kepuasan, kemudahan, pengalaman dan loyalitas adalah positif cukup kuat. Koefisien determinan R² (R Square) sebesar 0,200 artinya bahwa loyalitas dipengaruhi oleh antara kepercayaan, kepuasan, kemudahan, pengalaman sebesar 0,200 atau 20,0%. Sedangkan sisanya sebesar 80,0% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Regresi

	B
Constanta	6,396
Kepercayaan (X1)	0,070
Kepuasan (X2)	0,014
Kemudahan (X3)	0,220
Pengalaman (X4)	0,233

Sumber : Data diolah tahun 2018

Persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y = 6,396 + 0,070 X_1 + 0,014 X_2 + 0,220 X_3 + 0,233 X_4$$

Keterangan :

Y= Loyalitas

a= Konstanta

b= Koefisien Regresi

et= Error trem/ unsur kesalahan

X1 = Kepercayaan

X2 = Kepuasan

X3 = Kemudahan

X4= Pengalaman

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta a sebesar 6,396 menyatakan loyalitas pada pelanggan Oppo Smartphone Lampung adalah sebesar 6,396 apabila kepercayaan, kepuasan, kemudahan, pengalaman bernilai = 0.
- Koefisien regresi untuk X1= 0,070 menyatakan bahwa setiap penambahan kepercayaan sebesar satu satuan maka akan menambah loyalitas pada pelanggan Oppo Smartphone Lampung sebesar 0,070 satuan.

- c. Koefisien regresi untuk X2= 0,014 menyatakan bahwa setiap penambahan kepuasan sebesar satu satuan maka akan menambah loyalitas pada pelanggan Oppo Smartphone Lampung sebesar 0,014 satuan.
- d. Koefisien regresi untuk X3= 0,220 menyatakan bahwa setiap penambahan kemudahan sebesar satu satuan maka akan menambah loyalitas pada pelanggan Oppo Smartphone Lampung sebesar 0,220 satuan.
- e. Koefisien regresi untuk X4= 0,233 menyatakan bahwa setiap penambahan pengalaman sebesar satu satuan maka akan menambah loyalitas pada pelanggan Oppo Smartphone Lampung sebesar 0,233 satuan.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

4.5.1 Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi antara konstanta dengan variabel independen. Berdasarkan pengolahan data uji t diperoleh data sebagai berikut:

Kriteria pengambilan keputusan :

- Bila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- Bila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Tabel 4.26 Hasil Uji t

	t_{hitung}	Signifikansi
Kepercayaan (X1)	0,690	0,492
Kepuasan (X2)	0,121	0,904
Kemudahan (X3)	1,754	0,083
Pengalaman (X4)	1,849	0,068

Sumber : Data diolah tahun 2018

1. Pengaruh kepercayaan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Ho = Kepercayaan (X1) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

Ha = Kepercayaan (X1) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

Dari tabel 4.26 terlihat pada variabel Kepercayaan (X1) bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,690 < 1.985$) maka H_0 diterima. Artinya Kepercayaan (X1) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

2. Pengaruh kepuasan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Ho = Kepuasan (X₂) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo Bandar Lampung.

Ha = Kepuasan (X₂) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

Dari tabel 4.26 terlihat pada variabel physical Kepuasan (X₂) bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,121 < 1.985$) maka H_0 ditolak. Maka Kepuasan (X₂) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

3. Pengaruh kemudahan (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Ho = Kemudahan (X₃) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo Bandar Lampung.

Ha = Kemudahan (X₃) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

Dari tabel 4.26 terlihat pada variabel Kemudahan (X_3) bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,754 < 1.985$) maka H_0 diterima. Maka Kemudahan (X_3) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

4. Pengaruh pengalaman (X_4) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

H_0 = Pengalaman (X_4) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo Bandar Lampung.

H_a = Pengalaman (X_4) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

Dari tabel 4.26 terlihat pada variabel Pengalaman (X_4) bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,849 < 1.985$) maka H_0 diterima. Maka Pengalaman (X_4) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

4.5.2 Hasil Uji F

Uji F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama). Uji simultan ini bertujuan untuk menguji apakah antara kepercayaan, kepuasan, kemudahan, pengalaman secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yaitu loyalitas.

H_0 = Kepercayaan (X_1), kepuasan (X_2), kemudahan (X_3) dan pengalaman (X_4) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

H_a = Kepercayaan (X_1), kepuasan (X_2), kemudahan (X_3) dan pengalaman (X_4) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

Dengan kriteria :

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima

Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak

Tabel 4.27 Hasil Uji F

F_{hitung}	Signifikansi
5,671	0,000

Sumber : Data diolah tahun 2018

Untuk menguji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau alpha 5% dan derajat kebebasan pembilang sebesar $k - 1 = 3$ dan derajat kebebasan penyebut sebesar $n-k= 96-4=92$ sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 2,70 dan F_{hitung} 5,671. Dari tabel 4.27 terlihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $5,671 > 2,70$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Artinya Kepercayaan (X1), kepuasan (X2), kemudahan (X3) dan pengalaman (X4) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Oppo di Bandar Lampung.

4.6 Pembahasan

1) Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Kepercayaan adalah rasa yang timbul terhadap suatu pihak untuk melakukan suatu kewajiban sesuai dengan yang diharapkan. Demikian halnya dengan kepercayaan yang Ishak dan Zhafitri (2011) dalam Fian (2016) menyatakan kepercayaan adalah kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya. Keyakinan bahwa penyedia jasa dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif. Namun pada Oppo Smartphone keunggulan kamera yang baik tidak dilengkapi dengan sistem kecepatan operasi yang maksimal. Sehingga tidak jarang konsumen menemukan produk yang digunakan mengalami mati tiba-tiba atau operasi yang lambat saat melakukan multitasking pada produk-produk tertentu Oppo

Smartphone. Sehingga kepercayaan tidak mempengaruhi loyalitas, karena konsumen tidak hanya melihat satu kekurangan saja tetapi masih banyak keunggulan lainnya.

2) Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evolusi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya. Menurut Tjiptono dalam Rahayu (2015), kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evolusi ketidaksesuaian (*disinformation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan loyalitas aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Pengguna Oppo Smartphone memiliki kesediaan yang rendah untuk merekomendasikan produk Oppo Smartphone pada orang lain, mereka menilai bahwa ekspektasi mereka ternyata keliru saat setelah memakai produk Oppo Smartphone sehingga konsumen banyak yang tidak puas namun pihak Oppo Smartphone dengan sigap menanyakan langsung kepada konsumen seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Sehingga konsumen yang tidak puas tadi tetap membeli produk Oppo Smartphone.

3) Pengaruh kemudahan terhadap loyalitas.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Menurut Irawan (2009:39) dalam Prabaningtyas (2014) kemudahan adalah apabila reatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Kemudahan menjadi hal yang selalu diincar konsumen. Kerap kali konsumen rela mengeluarkan uang lebih besar untuk kemudahan yang lebih baik. Oppo Smartphone telah memberi kemudahan bagi pangsa pasarnya dengan menghadirkan center di banyak kota, namun pelayanan

yang dilakukan dianggap konsumen tak praktis dan memakan banyak waktu, dimana dalam melakukan klaim garansi, konsumen harus menunggu proses verifikasi produk di Jakarta, sehingga konsumen harus menunggu lebih lama hingga smartphonenya dapat diperbaiki. Namun hal ini tidak menyurutkan konsumen untuk membeli produk Oppo Smartphone karena promosi yang dilakukan oleh Oppo Smartphone sudah mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli sehingga walaupun tidak terlalu mudah prosesnya konsumene tetap membeli.

4) Pengaruh pengalaman terhadap loyalitas.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa pengalaman tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Smilansky (2009:13) dalam Zati & Iqbal (2017), pengalaman memuaskan kebutuhan pelanggan dan aspirasi yang menguntungkan, melibatkan pelanggan melalui komunikasi dua arah yang membawa kepribadian merek untuk hidup dan menambah nilai target pada konsumen. Buruknya pelayanan yang dilakukan oleh sales produk Oppo Smartphone menjadikan pengalaman yang tercipta bagi konsumen tidak baik. Di lain sisi, desain produk yang dianggap umum dan sama saja dengan produk lain sejenis dengan harga lebih bersaing, belum mampu menciptakan hal yang mengikat emosi dan perasaan konsumen. Masalah ini ternyata tidak semakin berdampak buruk pada loyalitas pelanggan Oppo Smartphone karena konsumen merasa tidak hanya pelayanan Oppo Smartphone saja yang seperti itu beberapa merek Smartphone juga banyak yang pelayanannya buruk sehingga konsumen tidak terlalu memperhatikan hal tersebut.

5) Pengaruh kepercayaan, kepuasan, kemudahan dan pengalaman terhadap loyalitas

hasil penelitian menjelaskan bahwa kepercayaan, kepuasan, kemudahan dan pengalaman berpengaruh jika dilakukan secara bersamaan atau uji f. Sehingga semakin baik kepercayaan, kepuasan, kemudahan dan pengalaman maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan oppo smartphone. Selain hasil

penelitian diatas, penelitian kepercayaan, kepuasan, kemudahan dan pengalaman juga berpengaruh menurut Gaffar (2013:72) dalam Zati & Iqbal (2017), beberapa faktor tersebut adalah kepuasan, kepercayaan, kemudahan, dan pengalaman dengan perusahaan. Jika Oppo Smartphone mampu meningkatkan keempat faktor tersebut, maka loyalitas pelanggan pada Oppo Smartphone juga akan semakin tinggi dan meningkat.