

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Data

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

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

Gambaran umum pengguna *smartphone* iPhone berdasarkan jenis kelamin, dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut :

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Usia	Jumlah (Orang)	Presentase
1.	Pria	35	35%
2.	Wanita	65	65%
Total		100	100%

Sumber : Olah data tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jumlah responden lebih banyak yaitu wanita sebanyak 65 responden atau 65% dan sisanya sebanyak 35 responden atau 35% adalah pria. Hal ini menunjukkan bahwa wanita merupakan mayoritas pengguna *smartphone* iPhone di Bandar Lampung.

2. Usia

Gambaran umum pengguna *smartphone* iPhone berdasarkan Usia, dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (Orang)	Presentase
1.	17-24 Tahun	53	53%
2.	25-31 Tahun	40	40%
3.	32-39 Tahun	5	5%
4.	>39 Tahun	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Olah data tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat responden berusia 17-24 tahun merupakan responden yang paling banyak menggunakan *smartphone* iPhone, yaitu sebanyak 53 responden atau sebesar 53%, lalu diikuti oleh responden berusia 25-31 tahun sebanyak 40 responden atau sebesar 40%, kemudian responden berusia 32-39 tahun sebanyak 5 responden atau sebesar 5%, dan yang paling sedikit berusia >39 tahun sebanyak 2 responden atau 2%. Jadi mayoritas usia paling dominan dalam menggunakan *smartphone* iPhone di Bandar Lampung yaitu berusia 17-24 tahun.

3. Pekerjaan

Gambaran umum pengguna *smartphone* iPhone berdasarkan pekerjaan, dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Presentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	44	44%
2.	Wiraswasta	23	23%

3.	PNS	11	11%
4.	Pegawai Swasta	15	15%
5.	Dan lain-lain	7	7%
Total		100	100%

Sumber : Olah data tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas, dilihat dari responden berdasarkan pekerjaan yang paling banyak adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 44 responden atau 44%, diikuti pegawai swasta sebanyak 23 responden atau 23%, kemudian PNS sebanyak 11 responden atau 11%, selanjutnya wiraswasta sebanyak 15 responden atau 15%, dan lain-lain sebanyak 7 responden atau 7%.

4. Lama Pemakaian

Gambaran umum pengguna *smartphone* iPhone berdasarkan lama pemakaian, dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut :

Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Pemakaian

No	Lama Pemakaian	Jumlah (Orang)	Presentase
1.	3-6 Bulan	16	16%
2.	6-11 Bulan	19	19%
3.	1-2 Tahun	34	34%
4.	>2 Tahun	31	31%
Total		100	100%

Sumber : Olah data tahun 20018

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat responden berdasarkan lama pemakaian adalah 1-2 tahun sebanyak 34 responden 34%, kemudian responden yang menggunakan selama >2 tahun sebanyak 31 responden atau 31%, selanjutnya responden yang menggunakan selama 6-11 bulan sebanyak 19 responden atau 19%, dan reponden yang menggunakan selama 3-6 bulan

sebanyak 16 responden atau 16%. Jadi mayoritas responden berdasarkan lama pemakaian adalah 1-2 tahun.

5. Tipe iPhone

Gambaran umum pengguna *smartphone* iPhone berdasarkan tipe iPhone, dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut :

Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Tipe iPhone

No	Tipe iPhone	Jumlah (Orang)	Presentase
1.	iPhone 5	22	22%
2.	iPhone 6	48	48%
3.	iPhone 6+	21	21%
4.	iPhone 7	6	6%
5.	iPhone 7+	1	1%
6.	iPhone 8	1	1%
7.	iPhone 8+	1	1%
8.	iPhone X	0	0%
Total		100	100%

Sumber : Olah data tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat responden berdasarkan tipe iPhone yang digunakan adalah iPhone 6 sebanyak 48 responden atau 48%, kemudian iPhone 5 sebanyak 22 responden atau 22%, selanjutnya responden yang menggunakan iPhone 6+ sebanyak 21 responden atau 21%, iPhone 7 sebanyak 6 responden atau 6%, iPhone 7+ sebanyak 1 responden atau 1%, iPhone 8 dan 8+ sebanyak masing-masing 1 responden atau 1% dan 0% untuk tipe iPhone X. Jadi mayoritas responden berdasarkan tipe iPhone yang adalah iPhone 6 sebanyak 48 responden aau 48%.

6. Fitur Andalan

Gambaran umum pengguna *smartphone* iPhone berdasarkan fitur andalan, dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut :

Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Fitur Andalan

No	Tipe iPhone	Jumlah (Orang)	Presentase
1.	Kamera	31	31%
2.	iTunes	9	9%
3.	iCloud	39	39%
4.	Animoji	3	3%
5.	Live Photos	14	14%
6.	App Store	4	4%
Total		100	100%

Sumber: Olah data tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat responden berdasarkan fitur andalan iPhone adalah iCloud dipilih sebanyak 39 responden atau 39%, kemudian kamera sebanyak 31 responden atau 31%, selanjutnya responden memilih live photos sebanyak 14 responden atau 14%, iTunes sebanyak 9 responden atau 9%, Animoji sebanyak 3 responden atau 3%, dan App Store sebanyak 4 responden atau 4%. Jadi mayoritas responden berdasarkan fitur andalan adalah responden memilih iCloud sebanyak 39 responden atau 39%.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Berdasarkan definisi operasional variabel pada penelitian ini, peneliti menentukan 22 atribut faktor yang membentuk citra merek *smartphone* iPhone di Bandar Lampung. Dari hasil kuisioner yang telah disebar dan dinilai oleh responden diperoleh untuk masing-masing atribut faktor pembentuk citra merek sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Merek

No	ATRIBUT	HASIL JAWABAN		JUMLAH	RASIO JAWABAN	
		YA	TIDAK		YA	TIDAK
1	iOS sebagai sistem operasinya sehingga membuat iPhone mampu bekerja dengan cepat dan sesuai dengan standar	83	17	100	83%	17%
2	<i>Hardware</i> serta perangkat lainnya (charger, headset, dll) dibuat dengan bahan yang kuat sehingga tidak mengalami kerusakan yang parah	75	25	100	75%	25%
3	Teknologi canggih	80	20	100	80%	20%
4	Tidak mudah rusak	84	16	100	84%	16%
5	Perusahaan pembuat iPhone mempunyai reputasi yang baik	70	30	100	70%	30%
6	Citra perusahaan yang sudah mendunia	74	26	100	74%	26%
7	Terkenal atau populer	61	39	100	61%	39%
8	Mudah dijangkau	72	28	100	72%	28%
9	Teradapat outlet resmi	75	25	100	75%	25%

10	Kemudahan dalam membeli	65	35	100	65%	35%
11	Fasilitas <i>iMessage</i>	61	39	100	61%	39%
12	Fasilitas <i>stocks</i>	71	29	100	71%	29%
13	Fasilitas <i>FaceTime</i>	72	28	100	72%	28%
14	Garansi Internasional	73	27	100	73%	27%
15	Terintegrasi dengan semua produk Apple	69	31	100	69%	31%
16	Secara tidak langsung menjamin kualitasnya	60	40	100	60%	40%
17	Spadan dengan nilai atau <i>value</i> produknya	64	36	100	64%	36%
18	Sesuai dengan kelebihan dan kecanggihan yang dimiliki iPhone	70	30	100	70%	30%
19	Produk yang inovatif	74	26	100	74%	26%
20	Banyak varian tipe	59	41	100	59%	41%
21	Memiliki desain (bentuk, warna, logo dll) yang minimalis, elegan serta menarik (<i>eye catching</i>)	76	24	100	76%	24%
22	Memiliki fitur-fitur yang unik	82	18	100	82%	18%

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh jawaban atas pernyataan-pernyataan diatas yang diajukan kepada 100 responden yaitu responden yang menjawab Ya tertinggi diperoleh pada atribut Tidak mudah rusak sebanyak 84 responden atau sebesar 84% dan hasil terendah responden yang menjawab Ya diperoleh pada atribut Banyak varian tipe sebanyak 59 responden atau sebesar 59%. Hal ini menunjukkan bahwa *smartphone* iPhone merupakan produk yang tidak mudah rusak dan merupakan faktor paling dominan dari atribut lainnya yang menjadi pilihan responden.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden diuji dengan uji validitas melalui satu tahap kepada 30 responden. Hasil uji validitas menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

Kriteria pengujian :

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

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

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kuisioner Citra Merek

No	Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
1	iOS sebagai sistem operasinya sehingga membuat iPhone mampu bekerja dengan cepat dan sesuai dengan standar	0.799	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

2	<i>Hardware</i> serta perangkat lainnya (charger, headset, dll) dibuat dengan bahan yang kuat sehingga tidak mengalami kerusakan yang parah	0.918	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	Teknologi canggih	0.893	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	Tidak mudah rusak	0.885	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	Perusahaan pembuat iPhone mempunyai reputasi yang baik	0.841	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	Citra perusahaan yang sudah mendunia	0.817	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	Terkenal atau populer	0.735	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	Mudah dijangkau	0.368	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	Teradapat outlet resmi	0.948	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	Kemudahan dalam membeli	0.421	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	Fasilitas <i>iMessage</i>	0.392	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	Fasilitas <i>stocks</i>	0.893	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
13	Fasilitas <i>FaceTime</i>	0.893	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
14	Garansi Internasional	0.821	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
15	Terintegrasi dengan semua	0.835	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

	produk Apple				
16	Secara tidak langsung menjamin kualitasnya	0.469	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
17	Spadan dengan nilai atau <i>value</i> produknya	0.735	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
18	Sesuai dengan kelebihan dan kecanggihan yang dimiliki iPhone	0.780	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
19	Produk yang inovatif	0.779	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
20	Banyak varian tipe	0.392	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
21	Memiliki desain (bentuk, warna, logo dll) yang minimalis, elegan serta menarik (<i>eye catching</i>)	0.694	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
22	Memiliki fitur-fitur yang unik	0.392	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Pengolahan data tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas atribut citra merek terdiri dari 22 pernyataan, didapat nilai r_{hitung} terkecil sebesar 0.368 dan terbesar 0.948 artinya nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0.361 sehingga didapat kesimpulan bahwa semua pernyataan atribut citra merek valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, maka penguji melakukan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kuisioner tersebut dapat dipercaya atau diandalkan. Untuk mengukur reliabilitas digunakan nilai *cronbach's alpha*.

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Reliabilitas
Citra Merek	0.953	Sangat Tinggi

Sumber : Pengolahan data tahun 2018

Berdasarkan nilai *Cronbach's alpha* pada uji reliabilitas untuk variabel citra merek sebesar 0.953 yang selanjutnya dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien *r*, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pernyataan tersebut telah memenuhi syarat reliabilitas dengan tingkat reliabilitas sangat tinggi.

4.3 Hasil Analisis Data

Dengan menggunakan rumus analisis data *Cochran Q Test* melalui program SPSS 20.0. Analisis atribut-atribut yang paling dominan dan saling berhubungan dalam membentuk citra merek *smartphone* iPhone dilihat dari 22 atribut didalamnya. Dalam hal ini, diperoleh atribut-atribut yang dominan dan saling berhubungan sebagai faktor pembentuk citra merek *smartphone* iPhone di Bandar Lampung sebagai berikut :

4.3.1 Pengujian I

Pengujian I dilakukan dengan menggunakan seluruh atribut citra merek dengan 22 atribut dan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.10 Hasil Uji Cochran Q Test

N	100
Cochran's Q	78.048 ^a
Df	21
Asymp. Sig.	,000

Sumber : Pengolahan data tahun 2018

A. Hipotesis

Ho : Tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

Ha : Terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

B. Kriteria

Jika Q hitung > dari X_2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung < dari X_2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : diterima

C. Analisis

Hasil dari analisis terhadap 22 atribut dengan uji Cochran Q Test, menampilkan banyaknya nilai statistik Q (*Chi-Square*) yaitu sebesar 78.048. Dengan $\alpha = 0.05$, derajat (df) = k - 1 = 22 - 1 = 21, diperoleh tabel $X^2 = 32.671$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian diatas dimana nilai Qhitung lebih besar dari pada X^2 tabel, maka keputusan pengujian I tolak Ho. Dimana terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing atribut. Dengan demikian perlu

dilakukan pengujian II dengan membuang atribut yang memiliki proporsi jawaban Ya paling rendah yaitu Banyak varian tipe.

4.3.2 Pengujian II

Dengan menggunakan 21 atribut dan PR20 (Banyak varian tipe) dikeluarkan dari analisis, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.11 Hasil Uji Cochran Q Test

N	100
Cochran's Q	69.066 ^a
Df	20
Asymp. Sig.	,000

Sumber : Pengolahan data tahun 2018

A. Hipotesis

Ho : Tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

Ha : Terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

B. Kriteria

Jika Q hitung > dari X^2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung < dari X^2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : diterima

C. Analisis

Hasil dari analisis terhadap 21 atribut dengan uji Cochran Q Test, menampilkan banyaknya nilai statistik Q (*Chi-Square*) yaitu sebesar 69.066. Dengan $\alpha = 0.05$, derajat (df) = k - 1 = 21 - 1 = 20, diperoleh tabel $X^2 = 31.410$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian diatas dimana nilai Qhitung lebih besar dari pada X^2 tabel, maka

keputusan pengujian II tolak H_0 . Dimana terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing atribut. Dengan demikian perlu dilakukan pengujian III dengan membuang atribut yang memiliki proporsi jawaban Ya paling rendah yaitu Secara tidak langsung menjamin kualitasnya.

4.3.3 Pengujian III

Dengan menggunakan 20 atribut dan H_{16} (Secara tidak langsung menjamin kualitasnya) dikeluarkan dari analisis, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.12 Hasil Uji Cochran Q Test

N	100
Cochran's Q	60.345 ^a
Df	19
Asymp. Sig.	,000

Sumber : Pengolahan data tahun 2018

A. Hipotesis

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

H_a : Terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

B. Kriteria

Jika Q hitung > dari X_2 tabel 0,05 (df= k-1), maka H_0 : ditolak

Jika Q hitung < dari X_2 tabel 0,05 (df= k-1), maka H_0 : diterima

C. Analisis

Hasil dari analisis terhadap 20 atribut dengan uji Cochran Q Test, menampilkan banyaknya nilai statistik Q (*Chi-Square*) yaitu sebesar 60.345. Dengan $\alpha = 0.05$, derajat (df) = $k - 1 = 20 - 1 = 19$, diperoleh tabel $X^2 = 30.144$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian diatas dimana nilai Qhitung lebih besar dari pada X^2 tabel, maka keputusan pengujian III tolak H_0 . Dimana terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing atribut. Dengan demikian perlu dilakukan pengujian IV dengan membuang atribut yang memiliki proporsi jawaban Ya paling rendah yaitu Terkenal atau populer.

4.3.4 Pengujian IV

Dengan menggunakan 19 atribut dan N7 (Terkenal atau populer) dikeluarkan dari analisis, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.13 Hasil Uji Cochran Q Test

N	100
Cochran's Q	51.866 ^a
Df	18
Asymp. Sig.	,000

Sumber : Pengolahan data tahun 2018

A. Hipotesis

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

H_a : Terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

B. Kriteria

Jika Q hitung > dari X^2 tabel 0,05 (df= k-1), maka H_0 : ditolak

Jika Q hitung < dari X_2 tabel 0,05 (df= k-1), maka H_0 : diterima

C. Analisis

Hasil dari analisis terhadap 19 atribut dengan uji Cochran Q Test, menampilkan banyaknya nilai statistik Q (*Chi-Square*) yaitu sebesar 51.866. Dengan $\alpha = 0.05$, derajat (df) = k - 1 = 19 - 1 = 18, diperoleh tabel $X^2 = 28.869$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian diatas dimana nilai Qhitung lebih besar dari pada X^2 tabel, maka keputusan pengujian IV tolak H_0 . Dimana terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing atribut. Dengan demikian perlu dilakukan pengujian V dengan membuang atribut yang memiliki proporsi jawaban Ya paling rendah yaitu Fasilitas *iMessage*.

4.3.5 Pengujian V

Dengan menggunakan 18 atribut dan F10 (Fasilitas *iMessage*) dikeluarkan dari analisis, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.14 Hasil Uji Cochran Q Test

N	100
Cochran's Q	42.101 ^a
Df	17
Asymp. Sig.	,001

Sumber : Pengolahan data tahun 2018

A. Hipotesis

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan antara masing-masing atribut

H_a : Terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

B. Kriteria

Jika Q hitung $>$ dari X_2 tabel 0,05 (df= k-1), maka H_0 : ditolak

Jika Q hitung $<$ dari X_2 tabel 0,05 (df= k-1), maka H_0 : diterima

C. Analisis

Hasil dari analisis terhadap 18 atribut dengan uji Cochran Q Test, menampilkan banyaknya nilai statistik Q (*Chi-Square*) yaitu sebesar 42.101 Dengan $\alpha = 0.05$, derajat (df) = k - 1 = 18 - 1 = 17, diperoleh tabel $X^2 = 27.587$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian diatas dimana nilai Qhitung lebih besar dari pada X^2 tabel, maka keputusan pengujian V tolak H_0 . Dimana terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing atribut. Dengan demikian perlu dilakukan pengujian VI dengan membuang atribut yang memiliki proporsi jawaban Ya paling rendah yaitu Spadan dengan nilai atau *value* produknya.

4.3.6 Pengujian VI

Dengan menggunakan 17 atribut dan H17 (Spadan dengan nilai atau *value* produknya) dikeluarkan dari analisis, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji Cochran Q Test

N	100
Cochran's Q	35.168 ^a
Df	16
Asymp. Sig.	,004

Sumber : Pengolahan data 2018

A. Hipotesis

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

Ha : Terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

B. Kriteria

Jika Q hitung > dari X^2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung < dari X^2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : diterima

C. Analisis

Hasil dari analisis terhadap 17 atribut dengan uji Cochran Q Test, menampilkan banyaknya nilai statistik Q (*Chi-Square*) yaitu sebesar 35.168. Dengan $\alpha = 0.05$, derajat (df) = k - 1 = 17 - 1 = 16, diperoleh tabel $X^2 = 26.296$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian diatas dimana nilai Qhitung lebih besar dari pada X^2 tabel, maka keputusan pengujian VI tolak Ho. Dimana terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing atribut. Dengan demikian perlu dilakukan pengujian VII dengan membuang atribut yang memiliki proporsi jawaban Ya paling rendah yaitu Kemudahan dalam membeli.

4.3.7 Pengujian VII

Dengan menggunakan 16 atribut dan L10 (Kemudahan dalam membeli) dikeluarkan dari analisis, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji Cochran Q Test

N	100
Cochran's Q	29.096 ^a
Df	15
Asymp. Sig.	,016

Sumber : Pengolahan data tahun 2018

A. Hipotesis

Ho : Tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

Ha : Terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

B. Kriteria

Jika $Q_{hitung} > X_2$ tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : ditolak

Jika $Q_{hitung} < X_2$ tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : diterima

C. Analisis

Hasil dari analisis terhadap 16 atribut dengan uji Cochran Q Test, menampilkan banyaknya nilai statistik Q (*Chi-Square*) yaitu sebesar 29.096. Dengan $\alpha = 0.05$, derajat (df) = k - 1 = 16 - 1 = 15, diperoleh tabel $X^2 = 24.996$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian diatas dimana nilai Q_{hitung} lebih besar dari pada X^2 tabel, maka keputusan pengujian VII tolak Ho. Dimana terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing atribut. Dengan demikian perlu dilakukan pengujian VIII dengan membuang atribut yang memiliki proporsi jawaban Ya paling rendah yaitu Terintegrasi dengan semua produk Apple.

4.3.8 Pengujian VIII

Dengan menggunakan 15 atribut dan PE15 (Terintegrasi dengan semua produk Apple) dikeluarkan dari analisis, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.17 Hasil Uji Cochran Q Test

N	100
Cochran's Q	26.068 ^a
Df	14
Asymp. Sig.	,025

Sumber : Pengolahan data tahun 2018

A. Hipotesis

Ho : Tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

Ha : Terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

B. Kriteria

Jika Q hitung > dari X^2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung < dari X^2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : diterima

C. Analisis

Hasil dari analisis terhadap 15 atribut dengan uji Cochran Q Test, menampilkan banyaknya nilai statistik Q (*Chi-Square*) yaitu sebesar 26.068. Dengan $\alpha = 0.05$, derajat (df) = k - 1 = 15 - 1 = 14, diperoleh tabel $X^2 = 23.685$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian diatas dimana nilai Qhitung lebih kecil dari pada X^2 tabel, maka keputusan pengujian VIII tolak Ho. Dimana terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing atribut. Dengan demikian perlu dilakukan pengujian IX dengan membuang atribut yang memiliki proporsi jawaban Ya paling rendah yaitu Perusahaan pembuat iPhone mempunyai reputasi yang baik.

4.3.9 Pengujian IX

Dengan menggunakan 14 atribut dan N5 (Perusahaan pembuat iPhone mempunyai reputasi yang baik) dikeluarkan dari analisis, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.18 Hasil Uji Cochran Q Test

N	100
Cochran's Q	23.647 ^a
Df	13
Asymp. Sig.	,035

Sumber : Pengolahan data tahun 2018

A. Hipotesis

Ho : Tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

Ha : Terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

B. Kriteria

Jika Q hitung > dari X_2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung < dari X_2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : diterima

C. Analisis

Hasil dari analisis terhadap 14 atribut dengan uji Cochran Q Test, menampilkan banyaknya nilai statistik Q (*Chi-Square*) yaitu sebesar 23.647. Dengan $\alpha = 0.05$, derajat (df) = $k - 1 = 14 - 1 = 13$, diperoleh tabel $X^2 = 22.362$. dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian diatas dimana nilai Qhitung lebih besar dari pada X^2 tabel, maka keputusan pengujian IX tolak Ho. Dimana terdapat hubungan yang cukup signifikandari masing-masing atribut. Dengan demikian perlu

dilakukan pengujian X dengan membuang atribut yang memiliki proporsi jawaban Ya paling rendah yaitu Sesuai dengan kelebihan dan kecanggihan yang dimiliki iPhone.

4.3.10 Pengujian X

Dengan menggunakan 13 atribut dan H18 (Sesuai dengan kelebihan dan kecanggihan yang dimiliki iPhone) dikeluarkan dari analisis, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.19 Hasil Uji Cochran Q Test

N	100
Cochran's Q	20.990 ^a
Df	12
Asymp. Sig.	,051

Sumber : Pengolahan data tahun 2018

A. Hipotesis

Ho : Tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

Ha : Terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

B. Kriteria

Jika Q hitung > dari X_2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung < dari X_2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : diterima

C. Analisis

Hasil dari analisis terhadap 13 atribut dengan uji Cochran Q Test, menampilkan banyaknya nilai statistik Q (*Chi-Square*) yaitu sebesar 20.990. Dengan $\alpha = 0.05$, derajat (df) = k - 1 = 13 - 1 = 12, diperoleh

tabel $X^2 = 21.026$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian diatas dimana nilai Q_{hitung} lebih kecil dari pada X^2 tabel, maka keputusan pengujian X terima H_0 . Dimana tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing atribut. Dengan demikian ada kemungkinan jawaban Ya adalah sama untuk setiap atribut tersebut.

Tabel 4.20 Hasil Pengujian Cochran Q Test Citra Merek *Smartphone* iPhone

Tahap	Cochran Q Test	X^2 Tabel (df)	Uji H_0	Keterangan
1	78.048	32.671	Ditolak	Mengeluarkan PR20 (Banyak varian tipe)
2	69.066	31.410	Ditolak	Mengeluarkan H16 (Secara tidak langsung menjamin kualitasnya)
3	60.345	30.144	Ditolak	Mengeluarkan N7 (Terkenal atau populer)
4	51.866	28.869	Ditolak	Mengeluarkan F11 (Fasilitas <i>iMessage</i>)
5	42.101	27.587	Ditolak	Mengeluarkan H17 (Spadan dengan nilai atau <i>value</i> produknya)
6	35.168	26.296	Ditolak	Mengeluarkan L10 (Kemudahan dalam membeli)
7	29.096	24.995	Ditolak	Mengeluarkan PE15 (Terintegrasi dengan semua produk Apple)
8	26.068	23.685	Ditolak	Mengeluarkan N5 (Perusahaan pembuat iPhone mempunyai reputasi yang baik)
9	23.647	22.362	Ditolak	Mengeluarkan H18 (Sesuai dengan kelebihan dan kecanggihan yang

				dimiliki iPhone)
10	20.990	21.026	Diterima	Semua memiliki jawaban YA yang sama

Sumber : Data diolah tahun 2018

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa uji Cochran dilakukan sebanyak sepuluh tahap untuk mencari atribut-atribut mana yang paling dominan dalam membentuk citra merek *smartphone* iPhone. Dari 22 atribut didapatkan 13 atribut yang paling dominan dan penting dalam membentuk citra merek *smartphone* iPhone.

Setelah mengetahui atribut-atribut apa saja yang penting, maka kita dapat membuat peringkat kepentingan atribut-atribut tersebut berdasarkan jawaban “YA” dan “Tidak” yang diberikan oleh responden. Hasil peringkat tersebut dapat dilihat pada tabel 4.22 berikut ini:

Tabel 4.21 Daftar Peringkat Atribut-atribut Citra Merek *Smartphone* iPhone

No	Atribut Citra Merek	Ya	Tidak	Peringkat
1.	Tidak mudah rusak	84	16	1
2.	iOS sebagai sistem operasinya sehingga membuat iPhone mampu bekerja dengan cepat dan sesuai dengan standar	83	17	2
3.	Memiliki fitur-fitur yang unik	82	18	3
4.	Teknologi canggih	80	20	4
5.	Memiliki desain (bentuk, warna, logo dll) yang minimalis, elegan serta menarik (<i>eye catching</i>)	76	24	5
6.	Terdapat outlet resmi	75	25	6
7.	<i>Hardware</i> serta perangkat lainnya	75	25	7

	(<i>charger, headset, dll</i>) dibuat dengan bahan yang kuat sehingga tidak mengalami kerusakan yang parah			
8.	Citra perusahaan yang sudah mendunia	74	26	8
9.	Produk inovatif	74	26	9
10.	Garansi Internasional	73	27	10
11.	Mudah dijangkau	72	28	11
12.	Fasilitas <i>FaceTime</i>	72	28	12
13.	Fasilitas <i>stocks</i>	71	29	13

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa yang memiliki peringkat tertinggi adalah Tidak mudah rusak berdasarkan proporsi jawaban Ya dan Tidak. Hal ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan agar konsumen lebih tertarik dalam meningkatkan pendapatan dan jumlah pengguna pada dasarnya perusahaan menginginkan jumlah pendapatan yang terus meningkat, oleh karena itu atribut citra merek yang sudah terbentuk diharapkan dapat mengatasi masalah yang kini dihadapi dan mampu dipelihara dengan baik. Dalam penelitian ini atribut pembentuk citra merek *smartphone* iPhone adalah tidak mudah rusak, iOS sebagai sistem operasinya sehingga membuat iPhone mampu bekerja dengan cepat dan sesuai dengan standar, memiliki fitur-fitur yang unik, teknologi canggih, memiliki desain (bentuk, warna, logo dll) yang minimalis, elegan serta menarik (*eye catching*), terdapat outlet resmi, *hardware* serta perangkat lainnya (*charger, headset, dll*) dibuat dengan bahan yang kuat sehingga tidak mengalami kerusakan yang parah, citra perusahaan yang sudah mendunia, produk inovatif, garansi internasional, mudah dijangkau, fasilitas *iMessage*, fasilitas *stock*. Hal tersebut dapat membentuk persepsi tersendiri dibenak konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Sedangkan untuk atribut-atribut lain seperti, banyak varian tipe, secara tidak langsung menjamin kualitasnya, terkenal atau populer, fasilitas *iMessage*,

spadan dengan nilai atau *value* produknya, kemudahan dalam membeli, terintegrasi dengan semua produk Apple, perusahaan pembuat iPhone mempunyai reputasi yang baik, serta sesuai dengan kelebihan dan kecanggihan yang dimiliki iPhone juga memiliki jawaban Ya yang berbeda untuk setiap atribut, sehingga atribut-atribut pembentuk citra merek yang diingat oleh konsumen dianggap relatif sama dengan *smartphone* lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa atribut pembentuk citra merek *smartphone* iPhone di Bandar Lampung yang ada dibenak konsumen terdapat 13 atribut.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan secara bertahap dengan metode Cochran Q Test dan mengeluarkan atribut citra merek *smartphone* iPhone yang memiliki jawaban Ya paling rendah, maka keputusan pengujian berhenti pada pengujian ke X yaitu terima H_0 . Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing atribut. Dan kemungkinan besar jawaban Ya adalah sama untuk setiap atribut.

Dapat diartikan bahwa terdapat 13 atribut pembentuk citra merek *smartphone* iPhone yaitu:

1. Tidak mudah rusak
iPhone merupakan produk yang berkualitas sehingga membuat iPhone tidak mudah rusak.
2. iOS sebagai sistem operasinya sehingga membuat iPhone mampu bekerja dengan cepat dan sesuai dengan standar
iPhone merupakan *smartphone* yang menggunakan iOS sebagai sistem operasinya. iOS dapat mempermudah penggunaanya dalam melakukan pembaruan tampilannya. Hardware iOS di desain dengan keseimbangan yang sempurna untuk menunjang performanya, serta iOS memiliki keamanan yang jauh diatas android dan anti virus.

3. Memiliki fitur-fitur yang unik.

Smartphone iPhone memiliki banyak fitur seperti mengendalikan dan mengatur *control center* sehingga kita tidak perlu berputar kemana mana untuk mengendalikannya dan memudahkan bagi pengguna jika ingin mengakses dengan cepat suatu aplikasi melalui *control center* serta fitur cari iPhone dapat membantu kita mencari dan mengamankan iPhone, karena fitur cari iPhone mencakup kunci aktivitas yang lebih menyulitkan orang lain untuk menggunakan atau menjual iPhone jika kita menghilangkannya.

4. Teknologi canggih

Smartphone iPhone memiliki teknologi yang canggih seperti, Apple berhasil meluncurkan Siri yang dapat memahami cara manusia berbicara secara alami seperti berbicara sesama manusia serta *smartphone* iPhone dirancang untuk masa depan yang bebas kabel karena tanpa memerlukan kabel pengisian daya.

5. Memiliki desain (bentuk, warna, logo) yang minimalis, elegan serta menarik (*eye catching*)

Smartphone iPhone memiliki desain aluminium, desain kaca seutuhnya, desain sepenuhnya layar, tahan air dan debu, bentuk minimalis dengan berbagai pilihan warna yang elegan dan menarik, serta memiliki logo yang membuat iPhone berbeda karena memiliki ciri khasnya yaitu logo seperti apel keroak. Hal ini dapat menarik konsumen karena *smartphone* iPhone menjadikan gaya hidup dengan desain serta warna yang *eye catching* dan *stylish*.

6. Terdapat outlet resmi

Outlet resmi tersebut adalah iBox yang berada di salah satu pusat perbelanjaan. iBox merupakan *reseller* terkemuka produk premium apple di Indonesia yang mekhususkan diri dalam produk-produk Apple dan berbagai macam aksesoris pelengkap, *software* dan produk lainnya.

7. *Hardware* serta perangkat lainnya (*charger, headset*) dibuat dengan bahan yang kuat sehingga tidak mengalami kerusakan yang parah
Hardware seperti *charger* dan *headset* dibuat dengan bahan yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan standar.
8. Citra perusahaan yang sudah mendunia
Apple telah mengambil posisi sebagai perusahaan yang memiliki karakter yang kuat karena banyak mengeluarkan produk-produk berkualitas dengan desain dan kinerja yang menonjol dari yang lain. Apple menempatkan diri sebagai perusahaan dengan label anti kemapanan yang memproduksi produk premium yang berkelas.
9. Produk inovatif
Smartphone iPhone merupakan produk inovatif karena selalu mengeluarkan teknologi-teknologi yang inovatif pula, seperti layar yang dirancang dengan teknik dan teknologi baru untuk mengikuti lekukan desain.
10. Garansi Internasional
Garansi yang diberikan jika produk iPhone yang dibeli langsung dinegara atau pabrik pembuatnya, bisa juga pra-negara karena di Indonesia tidak ada pabrikan pembuat produk Apple sendiri, yang ada adalah *reseller* resminya. Garansi resmi yang diberikan oleh reseller di Indonesia garansi seperti SES, TAM, SCM, Trikonsel dan lain-lain.
11. Mudah dijangkau
Lokasi untuk mendapatkan *smartphone* iPhone terdapat dipusat perbelanjaan tepatnya ditengah kota, sehingga memudahkan konsumen untuk mendapatkan *smartphone* tersebut.
12. Fasilitas *FaceTime*
FaceTime merupakan aplikasi bawaan *smartphone* iPhone yang bisa digunakan oleh pengguna untuk melakukan panggilan video ke pengguna *FaceTime* lainnya.

13. Fasilitas *stocks*

Fasilitas *stocks* memudahkan penggunaannya untuk melacak pertukaran utama dan portofolio saham, melihat perubahan nilai setiap waktu, dan mendapatkan berita mengenai perusahaan yang sedang diamati.

Dengan demikian, ke 13 atribut tersebut merupakan atribut pembentuk citra merek *smartphone* iPhone yang paling dominan dan paling kuat yang bisa menambah keunggulan pada *smartphone* iPhone.

Sedangkan untuk ke sembilan atribut lainnya seperti banyak varian tipe, secara tidak langsung menjamin kualitasnya, terkenal atau populer, fasilitas *iMessage*, spadan dengan nilai atau *value* produknya, kemudahan dalam membeli, perusahaan pembuat iPhone mempunyai reputasi yang baik, serta sesuai dengan kelebihan dan kecanggihan yang dimiliki iPhone, kemungkinan besar jawaban Ya berbeda untuk setiap indikator, sehingga atribut-atribut faktor pembentuk citra merek tersebut tidak dominan saling berhubungan dalam membentuk citra merek yang diingat oleh konsumen dikarenakan faktor-faktor tersebut dianggap relatif sama dengan *smartphone* lainnya. Akan tetapi atribut-atribut tersebut tidak menutup kemungkinan juga bisa membentuk citra merek *smartphone* iPhone.