# BAB IV

# PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

## 4.1 Penyajian Data

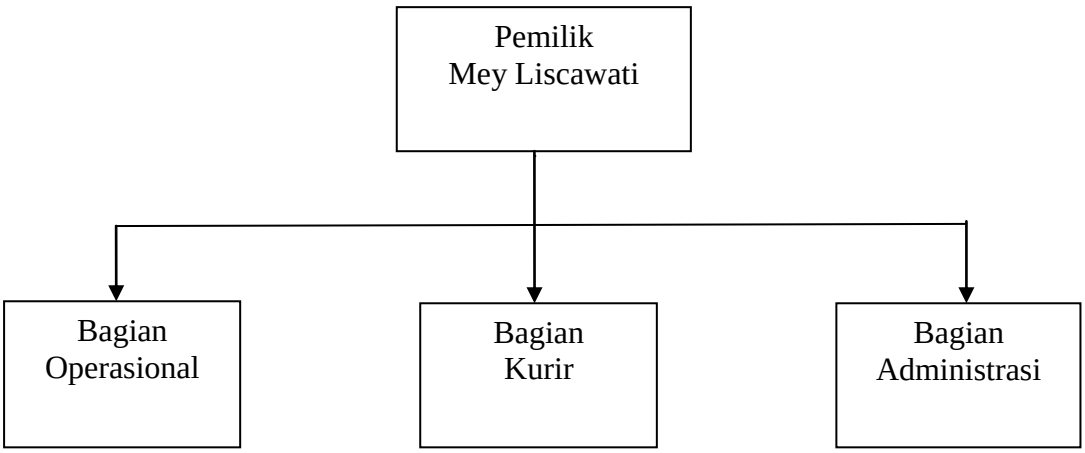
Pada deskripsi perusahaan akan dijelaskan mengenai sejarah singkat perusahaan, visi, misi, struktur organisasi dan kegiatan usaha perusahaan sehingga di dapat gambaran yang jelas mengenai deskripsi penelitian.

### 4.1.1 Profil Jasa Laundry

Jasa Laundry adalah suatu bentuk usaha yang bergerak di bidang jasa pencucian pakaian bahkan pencucian bahan - bahan lainnya sesuai ketentuan yang telah di tawarkan oleh pihak jasa laundry itu sendiri. Laundry ini berdiri pada tahun 2008 pada bulan Agustus. Pemilik laundry ini bernama Mey Liscawati yg membangun laundry ini dengan menggunakan modal sendiri. Laundry ini berada di lokasi Jl. raya Driyorejo no.98 seberang balai desa Driyorejo atau timur Wing's Surya. Lokasi yang sangat strategis untuk sebuah jasa laundry karena terletak di sekitar perusahaan besar dan berpenduduk padat dengan banyaknya para perantau yang bekerja di daerah tersebut. Laundry ini tidak memiliki cabang, akan tetapi sangat dikenal masyarakat luas karena hasil dari pekerjaan dikerjakan oleh laundry ini diakui oleh masyarakat memiliki kualitas yang baik.

Pada awal berdiri, laundry ini terkenal karena muncul sebagai jasa pencucian yang pertama kalinya dibangun di daerah Driyorejo. Laundry ini lebih mengedepankan hasil dari pencucian yang berkualitas dan pelayanan yang cepat dengan menjaga penjemuran pakaian di atap rumah bukan di tepi jalan yang bisa terkontaminasi langsung dengan debu jalanan.

### 4.1.2 Struktur Organisasi




**Gambar 4.1**
**Sturuktur Organisasi**

### 4.1.3 Deskripsi Pekerjaaan (*Job Description)*

1. Bagian administrasi (kasir) bertugas menerima pakaian yang ingin dicuci dan disetrika, menimbang dan membuat nota pembayaran. Jika konsumen membayar lunas di muka, maka nota tersebut dicap “Lunas”, tetapi jika konsumen belum membayar, maka pembayaran dapat dilakukan pada saat pengambilan cucian.

2. Bagian operasional bertugas mencuci dan menyetrika pakaian. Setelah pakaian telah dicuci dan disetrika, kemudian bertugas mengemasi pakaian tersebut sesuai nomor urut dan jumlah pakaian.

3. Bagian kurir bertugas untuk mengambil dan mengantar pakaian dari konsumen sesuai jadwal yang disepakati.

4. Pemilik bertugas membuat laporan keuangan dan membeli perlengkapan yang di butuhkan untuk menunjang usaha laundrynya.

### 4.1.4 Keunggulan Jasa

Beberapa keunggulan yang dimiliki jasa Memey laundry adalah :

1. Menggunakan sabun bermutu baik.
2. Pewangi pakaian tahan lama.
3. Hasil cucian bersih, pemisahan baju putih dan berwarna.
4. Cucian tidak dicampur dengan orang lain.
5. Meneliti kepemelikan baju yang baik, sehingga dapat mengantisipasi hilangnya pakaian yang di cuci.
6. Discount untuk 10 kali cuci.
7. Layanan antar jemput.

### 4.1.5 Jasa yang Dihasilkan

Menyediakan layanan jasa laundry dengan metode - metode pencucian yang baik, seperti :

1. Memilih pakaian sebelum mencuci berdasarkan tingkat kekotorannya. karena baju yang tadinya bersih bisa terkontaminasi kotoran.
2. Mencuci dengan tangan untuk pakaian yang berwarna putih dan pakaian yang dianggap terkotor.
3. Pada bilasan terakhir, laundry kami biasanya menggunakan cairan pelembut dan pewangi pakaian untuk hasil pencucian yang terbaik.

## 4.2 Analisis Data

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Jasa Memey Lundry Driyorejo – Gresik. Sesuai dengan yang telah dijelaskan pada bab

sebelumnya, penelitian ini menggunakan metode survey yang menyebarkan kuesioner kepada konsumen jasa Memey Laundry di Driyorejo - Gresik. Peneliti menyebarkan kuesioner dalam waktu kurang lebih 2 minggu bagi responden untuk mengisi kuesioner yang telah dibagikan.

### 4.2.1 Analisis Deskriptif Responden

#### 4.2.1.1 Jumlah Sampel dan Tingkat Pengembalian

Jumlah kuesioner yang disebarkan kepada konsumen jasa Memey Laundry Di Driyorejo - Gresik sebanyak 100 kuesioner. Dengan demikian respon rate dalam penelitian ini adalah 100% dan kuesioner yang diolah adalah sebanyak 100 buah sebagai sampel dalam penelitian ini. Jumlah sampel dan tingkat pengembalian kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.1.

**Tabel 4.1**

**Sampel dan Tingkat Pengembalian**

| | |
|---|---|
| Jumlah sampel | 100 |
| Jumlah kuesioner yang tidak kembali | 0 |
| **Kuesioner yang kembali** | **100** |
| Kuesioner yang tidak diisi lengkap | 0 |
| **Kuesioner yang digunakan** | **100** |
| **Tingkat pengembalian *(respon rate)*** | **100%** |
| **Tingkat pengembalian yang digunakan *(usable respon rate)*** | **0%** |

Sumber: Data diolah, 2015

Dari 100 kuesioner yang dapat diolah, karakterstik responden dapat dikarakteristikkan menurut usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan dan pendapatan, Untuk mengetahui karakteristik tersebut maka peneliti akan memberikan penjelasan pada tabel - tabel berikut:

#### 4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian ini Peneliti menyebarkan kuesioner sebayak 100 lembar dan kembali semuanya. Pada bagian ini dideskripsikan mengenai karakteristik responden yang memberikan jawaban kuesioner yang meliputi jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Responden berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi 2, yaitu: Pria dan Wanita. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini:

**Tabel 4.2**
**Karakteristik Jenis Kelamin**

**jenis kelamin**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | laki-laki | 23 | 23.0 | 23.0 | 23.0 |
| | perempuan | 77 | 77.0 | 77.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data diolah, 2015

Tabel diatas menunjukkan karakteristik responden ditinjau dari jenis kelamin atau gender yang terdiri atas 100 orang. Responden yang berjenis kelamin pria berjumlah 23 orang atau 23% dan responden berjenis kelamin wanita berjumlah 77 atau 77%.

#### 4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden berdasarkan usia yang terdapat dalam penelitian ini terbagi menjadi responden yang berusia di bawah 20 tahun, antara 21 tahun sampai 30 tahun, antara 31 sampai 40 tahun, antara 41 tahun – 50 tahun dan diatas 50 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini:

**Tabel 4.3**
**Karakteristik Usia**

**usia**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | <20tahun | 24 | 24.0 | 24.0 | 24.0 |
| | 21-30tahun | 46 | 46.0 | 46.0 | 70.0 |
| | 31-40tahun | 30 | 30.0 | 30.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data diolah, 2015

Tabel diatas menunjukkan karakteristik responden yang berusia kurang dari 20 tahun berjumlah 24 orang atau 24%, responden yang berusia antara 21 sampai 30 tahun berjumlah 46 orang atau 46%, responden yang berusia di antara 31 sampai 40 tahun berjumlah 30 orang atau 30%. Sedangkan responden yang berusia diantara 41 sampai 50 tahun dan lebih dari 50 tahun berjumlah 0 orang atau 0%, karena peneliti tidak menemukan responden dengan karakteristik tersebut.

#### 4.2.1.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Responden berdasarkan jenis pekerjaan dalam penelitian ini terbagi menjadi responden yang jenis pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa, pegawai atau karyawan, wiraswasta.

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini:

**Tabel 4.4**
**Karakteristik Pekerjaan**

**pekerjaan**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | pelajar/mahasiswa | 24 | 24.0 | 24.0 | 24.0 |
| | pegawai/karyawan | 58 | 58.0 | 58.0 | 82.0 |
| | wiraswasta | 18 | 18.0 | 18.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data diolah, 2015

Tabel diatas menunjukkan karakteristik responden ditinjau dari jenis pekerjaan yang terdiri atas 100 orang. Responden yang berstatus pelajar atau mahasiswa berjumlah 24 orang atau 24%, responden yang bersatatus pegawai atau karyawan berjumlah 58 orang atau 58%, responden yang berstatus wiraswasta berjumlah 18 orang atau 18%.

### 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

#### 4.2.2.1 Penilaian Atas Masing – Masing Variabel

Pembahasan hasil penyebaran kuisioner dalam penelitian ini dengan mengkategorikan rata-rata jawaban responden atas masing-masing indikator-indikator pertanyaan yang telah diajukan. Untuk menentukan nilai kategori atas masing-masing variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), maka dilakukan dengan cara yang dikemukakan oleh Dajan (2008:13). Rumus untuk mencari interval kelas adalah sebagai berikut:

Nilai Interval Kelas = $\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$

Nilai Interval Kelas = $\frac{5-1}{5} = 0{,}8$

Oleh karena itu digunakan sebagai tingkatan penilaian batasan nilai masing - masing kelas kategori yang dikelompokkan sebagai berikut pada tabel 4.5 dibawah ini:

**Tabel 4.5**
**Kategori Mean Masing-Masing Variabel**

| INTERVAL | KATEGORI | NILAI |
|---|---|---|
| 4,20 < a ≤ 5,00 | sangat setuju (SS) | 5 |
| 3,40 < a ≤ 4,20 | setuju (S) | 4 |
| 2,60 < a ≤ 3,40 | netral (N) | 3 |
| 1,80 < a ≤ 2,60 | tidak setuju (TS) | 2 |
| 1,00 < a ≤ 1,80 | sangat tidak setuju (STS) | 1 |

Sumber : Data diolah, 2015

### 4.2.2.2 Deskripsi Variabel Hubungan Harga ($X_1$)

Dari hasil penyebaran kuesioner mengenai variabel hubungan harga ($X_1$) diperoleh jawaban dari responden yang selengkapnya disajikan pada tabel 4.6 dibawah ini:

**Tabel 4.6**
**Jawaban Responden Mengenai Variabel Hubungan Harga ($X_1$)**

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| x1.1 | 100 | 2.00 | 5.00 | 4.1900 | .67712 |
| x1.2 | 100 | 3.00 | 5.00 | 4.2900 | .62434 |
| x1.3 | 100 | 2.00 | 5.00 | 4.0800 | .64636 |
| x1.4 | 100 | 2.00 | 5.00 | 4.2800 | .65258 |
| Valid N (listwise) | 100 | | | | |

Sumber : Data diolah, 2015

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata jawaban pernyataan pertama dan ketiga responden berada pada interval 3,40< a ≤ 4,20, berarti responden setuju atas pernyataan yang diajukan mengenai variabel harga ($X_1$). Sedangkan rata – rata jawaban pernyataan kedua dan keempat berada pada interval 4,20 < a ≤ 5,00, berarti responden sangat setuju atas pernyataan yang diajukan mengenai variabel harga.

**4.2.2.3 Deskripsi Variabel Lokasi ($X_2$)**

Dari hasil penyebaran kuesioner mengenai variabel lokasi ($X_2$) diperoleh jawaban dari responden yang selengkapnya disajikan pada tabel 4.7 dibawah ini:

**Tabel 4.7**
**Jawaban Responden Mengenai Variabel Lokasi ($X_2$)**

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| x2.1 | 100 | 2.00 | 5.00 | 4.2000 | .73855 |
| x2.2 | 100 | 3.00 | 5.00 | 3.9900 | .73161 |
| x2.3 | 100 | 3.00 | 5.00 | 4.3400 | .60670 |
| x2.4 | 100 | 2.00 | 5.00 | 4.0600 | .73608 |
| Valid N (listwise) | 100 | | | | |

Sumber : Data diolah, 2015

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata jawaban responden secara keseluruhan berada pada interval 3,40< a ≤ 4,20 berarti responden setuju atas pernyataan yang diajukan mengenai variabel lokasi.

#### 4.2.2.4 Deskripsi Variabel Promosi ($X_3$)

Dari hasil penyebaran kuesioner mengenai variabel Promosi ($X_3$) diperoleh jawaban dari responden yang selengkapnya disajikan pada tabel 4.8 dibawah ini:

**Tabel 4.8**
**Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi ($X_3$)**

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| x3.1 | 100 | 2.00 | 5.00 | 3.9600 | .81551 |
| x3.2 | 100 | 2.00 | 5.00 | 4.0300 | .65836 |
| x3.3 | 100 | 2.00 | 5.00 | 3.9600 | .63437 |
| Valid N (listwise) | 100 | | | | |

Sumber : Data diolah, 2015

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata jawaban responden secara keseluruhan berada pada interval 3,40< a ≤ 4,20 berarti responden setuju atas pernyataan yang diajukan mengenai variabel promosi.

#### 4.2.2.5 Deskripsi Variabel Beli Ulang (Y)

Dari hasil penyebaran kuesioner mengenai variabel beli ulang (Y) diperoleh jawaban dari responden yang selengkapnya disajikan pada tabel 4.9 dibawah ini:

**Tabel 4.9**
**Jawaban Responden Mengenai Variabel Beli Ulang (Y)**

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| y1 | 100 | 2.00 | 5.00 | 3.9500 | .84537 |
| y2 | 100 | 3.00 | 5.00 | 4.3300 | .65219 |
| y3 | 100 | 2.00 | 5.00 | 4.1400 | .75237 |
| Valid N (listwise) | 100 | | | | |

Sumber : Data diolah, 2015

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa rata–rata jawaban responden secara keseluruhan berada pada interval 3,40< a ≤ 4,20, berarti responden setuju atas pernyataan yang diajukan mengenai variabel beli ulang.

## 4.3 Uji Keabsahan Data

### 4.3.1 Hasil Pengujian Validitas

Sebuah alat ukur dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel yang akan diteliti secara tepat.Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis *product momen correlation* dari person. Variabel dinyatakan valid dapat diketahui dari signifikansi dari hasil perhitungan korelasi lebih kecil dari 0,05. Variabel juga dapat dinyatakan valid jika $r_{hitung}$ positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Priyatno, 2008:16).

#### 4.3.1.1 Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga

Hasil pengujian validitas terhadap variabel harga ($X_1$) dapat dilihat sebagai berikut pada tabel 4.10 dibawah ini:

**Tabel 4.10**
**Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga ($X_1$)**

| Pernyataan | Koef. Korelasi | Sig | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | 0,526 | 0,000 | Valid |
| 2 | 0,484 | 0,000 | Valid |
| 3 | 0,449 | 0,000 | Valid |
| 4 | 0,530 | 0,000 | Valid |

Sumber: Data Diolah, 2015

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk item pernyataan variabel harga yang tingkat signifikansinya 0,000 atau < 0,05 dan tingkat korelasi > 0,4 maka hal tersebut berarti bahwa secara keseluruhan item pernyataan variabel harga adalah valid.

#### 4.3.1.2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Lokasi

Hasil pengujian validitas terhadap variabel lokasi ($X_2$) dapat dilihat sebagai berikut pada tabel 4.11 dibawah ini :

**Tabel 4.11**
**Hasil Pengujian Validitas Variabel Lokasi ($X_2$)**

| Pernyataan | Koef. Korelasi | Sig | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | 0,590 | 0,000 | Valid |
| 2 | 0,656 | 0,000 | Valid |
| 3 | 0,437 | 0,000 | Valid |
| 4 | 0,543 | 0,000 | Valid |

Sumber: Data diolah, 2015

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk item pernyataan variabel lokasi yang tingkat signifikansinya 0,000 atau <0,05 dan tingkat korelasi > 0,4 maka hal tersebut berarti bahwa secara keseluruhan item pernyataan variabel lokasi adalah valid.

#### 4.3.1.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi

Hasil pengujian validitas terhadap variabel promosi ($X_3$) dapat dilihat sebagai berikut pada tabel 4.12 dibawah ini:

**Tabel 4.12**
**Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi($X_3$)**

| Pernyataan | Koef. Korelasi | Sig | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | 0,755 | 0,000 | Valid |
| 2 | 0,704 | 0,000 | Valid |
| 3 | 0,674 | 0,000 | Valid |

Sumber: Data diolah, 2015

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk item pernyataan variabel promosi yang tingkat signifikansinya 0,000 atau <0,05 dan tingkat korelasi > 0,4 maka hal tersebut berarti bahwa secara keseluruhan item pernyataan variabel promosi adalah valid.

#### 4.3.1.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Beli Ulang

Hasil pengujian validitas terhadap variabel beli ulang (Y) dapat dilihat sebagai berikut pada tabel 4.13 di bawah ini:

**Tabel 4.13**
**Hasil Pengujian Validitas Variabel Beli Ulang (Y)**

| Pernyataan | Koef. Korelasi | Sig | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | 0,854 | 0,000 | Valid |
| 2 | 0,777 | 0,000 | Valid |
| 3 | 0,860 | 0,000 | Valid |

Sumber: Data diolah, 2015

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk item pernyataan variabel beli ulang yangtingkat signifikansinya 0,000 atau <0,05 dan tingkat korelasi > 0,4 maka hal tersebut berarti bahwa secara keseluruhan item pernyataan variabel beli ulang adalah valid.

### 4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel (handal) jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengertian lain adalah apakah seluruh pernyataan layak untuk digunakan.

Dengan kata lain, reliabilitas merupakan derajat ketepatan, ketelitian, dan keakuratan yang ditunjukkan oleh suatu alat ukur penelitian. Analisisa reliabilitas item bertujuan untuk menguji konsistensi item – item pertanyaan dalam mengungkap indikator penelitian.

Alat ukur yang baik tidak akan bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban - jawaban tertentu. Alat ukur yang *reliable* (dapat dipercaya) akan menghasilkan data yang juga dapat dipercaya.

Pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien alfa atau *cronbach's alpha* (Duwi, Priyatno 2008: 25). Item pengukuran dikatakan *reliable* jika memiliki koefisien alfa lebih besar dari 0,6.

Hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel hubungan harga ($X_1$), lokasi ($X_2$) dan promosi ($X_3$) terhadap beli ulang (Y) dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.14**
**Hasil Pengujian Reliabilitas**

| Variabel | *Cronbach's alpha* | Reliabilitas minimum | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Harga($X_1$) | 0,694 | 0,600 | Reliabel |
| Lokasi ($X_2$) | 0,730 | 0,600 | Reliabel |
| Promosi ($X_3$) | 0,780 | 0,600 | Reliabel |
| Beli ulang (Y) | 0,838 | 0,600 | Reliabel |

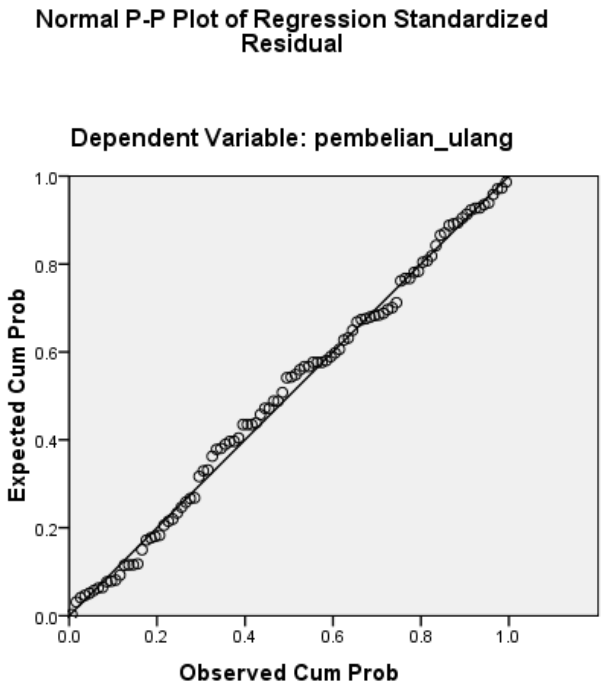
Sumber: Data diolah, 2015

Dari hasil pengujian reliabilitas, dapat diperoleh hasil bahwa nilai koefisien alfa atau *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel adalah >0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah reliabel.

### 4.3.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.3.1 Hasil Pengujian Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat yaitu beli ulang (Y) dan variabel bebas yaitu harga ($X_1$), lokasi ($X_2$) dan promosi ($X_3$), mempunyai distribusi normal ataukah tidak.Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal.




Sumber: Data Diolah, 2015

**Gambar 4.2**
**Normalitas**

Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah jika data menyebar disekitar garis garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Jadi dapat disimpulkan regresi ini memiliki distribusi normal.

#### 4.3.3.2 Hasil pengujian multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau bebas. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Gejala multikolinieritas yang cukup tinggi dapat menyebabkan standar kesalahan dari koefisien regresi masing-masing variabel bebas menjadi sangat tinggi.

**Tabel 4.15**
**Hasil uji multikolinearitas**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .272 | .497 | | .547 | .586 | | |
| | harga | .182 | .141 | .149 | 1.295 | .199 | .463 | 2.160 |
| | lokasi | .244 | .128 | .229 | 1.901 | .060 | .421 | 2.375 |
| | promosi | .525 | .106 | .422 | 4.949 | .000 | .840 | 1.190 |

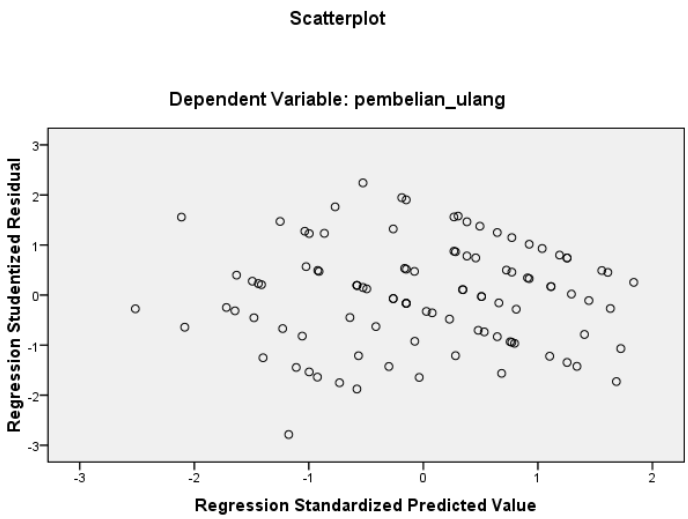
a. Dependent Variable: beli ulang

Sumber: Data diolah, 2015

Suatu variabel dikatakan bebas dari multikolinearitas jika VIF < 10 dan angka tolerance > 0,01. Dari tabel diatas Dapat diketahui bahwa variabel harga ($X_1$) sebesar 2,160< 10 dan memiliki tolerance 0,463> 0,01, variabel lokasi($X_2$) sebesar 2,375< 10 dan memiliki tolerance 0.421> 0,01, variabel promosi ($X_3$) sebesar 1,190 < 10 dan memiliki toletance 0,840.Sehingga dapat dikatakan regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

#### 4.3.3.3 Hasil pengujian heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitasini bertujuan untuk apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya tetap, maka disebut Homoskedastisitas yang merupakan model regresi yang baik (Ghozali, 2011:139).




Sumber: Data diolah, 2015

**Gambar 4.3**
**Heterokedastisitas**

Bila terjadi gejala heteroskedastisitas akan menimbulkan akibat varians koefisien regresi menjadi minimum dan confidence interval melebar sehingga uji signifikansi statistik tidak valid lagi. Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan

sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah distudentized. Apabila ada pola tertentu, seperti titik - titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindifikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Apabila pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga dari gambar diatas dapat disimpulkan model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 4.4 Teknik Analisis Data

### 4.4.1 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Untuk menguji pengaruh beberapa *variable independent* atau variabel bebas yang terdiri dari variabel harga ($X_1$), lokasi($X_2$) dan promosi ($X_3$) terhadap *variable dependent* atau variabel terikat yaitu variabel beli ulang (Y), maka digunakan analisa regresi linier berganda.

Dengan rumus :

$$Y = a + b_1 . X_1 + b_2 . X_2 + b_3 . X_3 + e_i$$

Keterangan : a = konstanta

$b_1 ... b_3$= nilai koefisien masing – masing variabel bebas

$X_1$= harga

$X_2$= lokasi

$X_3$= promosi

Y = beli ulang

$e_i$ = nilai kesalahan

Dimana dari hasil pengujian regresi linier yang dilakukan dengan bantuan progam SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 0{,}272+0{,}182X_1+ 0{,}244X_2+ 0{,}525X_3}$$

Berdasarkan persamaan regresi yang diperoleh dari perhitungan diatas maka dapat dijelaskan pengaruh antara variabel harga ($X_1$),lokasi ($X_2$) dan promosi ($X_3$)terhadap variabel beli ulang (Y). Untuk lebih jelasnya adalah sebagai berikut :

a) Nilai Konstanta = 0,272

   Nilai konstanta 0,272 menunjukkan bahwa apabila variabel $X_1$,$X_2$dan $X_3$dalam kondisi tetap atau konstan, maka kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,272 satuan, yang berarti bahwa tanpa adanya variabel bebas yaitu harga ($X_1$), lokasi ($X_2$) dan promosi ($X_3$) maka beli ulang (Y) akan tetap sebesar 0,272.

b) Nilai $b_1$= 0,182

   Nilai $b_1$menunjukkan nilai 0,182 dan memiliki tanda koefisien regresi yang positif, hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara variabel harga ($X_1$) dengan variabel beli ulang (Y) yang artinya bahwa apabila terjadi peningkatan atau kenaikan pada variabel harga ($X_1$) dengan asumsi bahwa variabel lokasi ($X_2$) dan promosi ($X_3$) dalam kondisi tetap atau konstan, maka beli ulang (Y) akan mengalami penurunan dan sebaliknya.

c) Nilai $b_2$= 0,244

   Nilai $b_2$ menunjukkan nilai 0,244 dan memiliki tanda koefisien regresi yang positif, hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara

variabel lokasi ($X_2$) dengan variabel beli ulang (Y) yang artinya bahwa apabila terjadi peningkatan atau kenaikan pada variabel lokasi ($X_2$) dengan asumsi bahwa variabel harga ($X_1$) dan promosi ($X_3$) dalam kondisi tetap atau konstan, maka beli ulang (Y) akan mengalami peningkatan dan sebaliknya.

d) Nilai $b_3$= 0,525

Nilai $b_3$menunjukkan nilai 0,525 dan memiliki tanda koefisien regresi yang positif, hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara variabel promosi ($X_3$) dengan variabel beli ulang (Y) yang artinya bahwa apabila terjadi peningkatan atau kenaikan pada variabel promosi ($X_3$) dengan asumsi bahwa variabelharga ($X_1$) dan lokasi ($X_2$) dalam kondisi tetap atau konstan, maka beli ulang (Y) akan mengalami peningkatan dan sebaliknya.

### 4.4.2 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda ($R^2$)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel harga ($X_1$), lokasi ($X_2$) dan promosi ($X_3$), secara bersama - sama berpengaruh terhadap beli ulang (Y) dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi berganda ($R^2$) yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.16**
**Koefisien Determinasi Berganda ($R^2$)**

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | .643[a] | .414 | .395 | .48656 | 1.967 |

a. Predictors: (Constant), harga, lokasi, promosi

b. Dependent Variable: beli ulang

Sumber: Data diolah, 2015

Berdasarkan tabel tersebut diatas dapat diketahui korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah kuat karena R = 0,643> 0,5. Sedangkan R *Square* sebesar 0,414 berarti 41,4% variasi perubahan dari beli ulang (Y) disebabkan oleh faktor harga ($X_1$), lokasi ($X_2$) dan promosi ($X_3$), sedangkan sisanya sebesar 58,6% variasi atau perubahan beli ulang disebabkan oleh variabel - variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

## 4.5 Uji Hipotesis

### 4.5.1 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pembuktian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji F untuk menguji pengaruh secara simultan atau bersama-sama yaitu pengaruh variabel bebas yang terdiri dari harga ($X_1$), lokasi ($X_2$) dan promosi ($X_3$) secara bersama – sama (simultan) terhadap variabel beli ulang (Y), maka digunakan uji F. Berdasarkan uji F sesuai dengan hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.17**
**Hasil Analisa Uji F**

**ANOVA[b]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 16.040 | 3 | 5.347 | 22.585 | .000[a] |
| | Residual | 22.727 | 96 | .237 | | |
| | Total | 38.767 | 99 | | | |

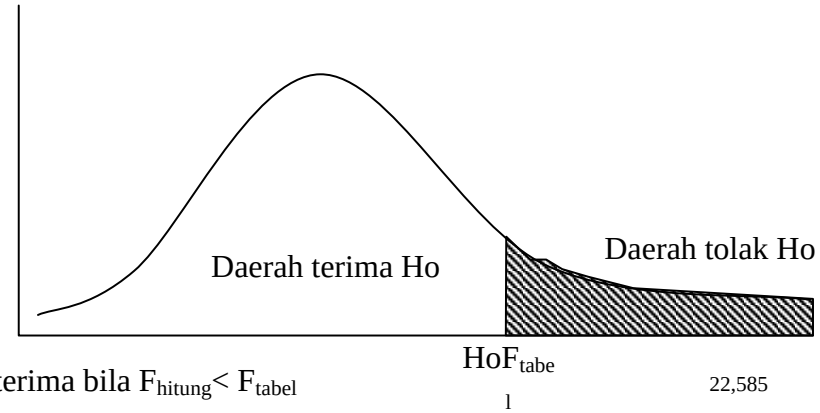
a. Predictors: (Constant), harga, lokasi, promosi

b. Dependent Variable: beli ulang

Sumber : Data diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung}$ adalah sebesar 22,585 dengan taraf signifikan sebesar 0,000. Selanjutnya untuk jumlah sampel sebanyak 100 sampel dan 3 variabel bebas yang diteliti, maka dapat diketahui bahwa besarnya $F_{tabel}$ adalah sebesar 2,699.

Selanjutnya nilai $F_{hitung}$ dan $F_{tabel}$ yang diperoleh, diplotkan kedalam kurva penerimaan dan penolakan Ho berikut ini:




Ho diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$

Ho ditolak bila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

**Gambar 4.4**
**Kurva Distribusi Uji F**

Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 22,858>2,699 dan memiliki taraf signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka Ho ditolak dan $H_i$ diterima.Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga, lokasi dan promosi berpengaruh secara simultan atau bersama – sama terhadap beli ulang.

### 4.5.2 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui atau menguji salah satu variabel bebas yang terdiri dari harga ($X_1$), lokasi ($X_2$) dan promosi ($X_3$) mempunyai pengaruh secara parsial atau individu terhadap variabel beli ulang (Y), maka digunakan uji t.

Berdasarkan uji t sesuai dengan hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.18**
**Hasil Analisa Uji T**

**Coefficients[a]**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | .272 | .497 | | .547 | .586 | | |
| harga | .182 | .141 | .149 | 1.295 | .199 | .463 | 2.160 |
| lokasi | .244 | .128 | .229 | 1.901 | .060 | .421 | 2.375 |
| promosi | .525 | .106 | .422 | 4.949 | .000 | .840 | 1.190 |

a. Predictors: (Constant), harga, lokasi, promosi

b. Dependent Variable: beli_ulang

Sumber : Data diolah, 2015

Dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

**a. Pengaruh Variabel Harga ($X_1$) Terhadap Beli Ulang (Y)**

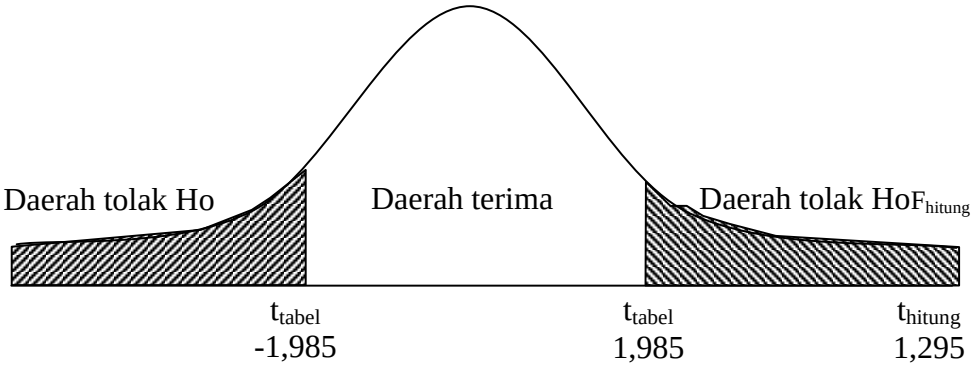
Ho: $b_i = 0$ (variabel bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel tergantung)

$H_i$: $b_i \neq 0$ (variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel tergantung)

$\alpha = 0{,}05/2 = 0{,}025$ dengan df = (n-k-1) = (100 - 3 - 1) = 96

$t_{tabel} = 1{,}985$

$t_{hitung} = 1{,}295$




**Gambar 4.5**
**Kurva Distribusi Uji t**
**Pengaruh Harga ($X_1$) Terhadap Beli Ulang (Y)**

Ho diterima dan $H_i$ ditolak bila $t_{hitung} < t_{tabel}$

Ho ditolak dan $H_i$ diterima bila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu 1,295<1,985 dan memiliki taraf signifikansi sebesar 0,199 yang > 0,05, maka Ho diterima dan $H_i$ ditolak, maka variabel harga ($X_1$) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap beli ulang.

**b. Pengaruh Variabel Lokasi ($X_2$) Terhadap Beli Ulang (Y)**

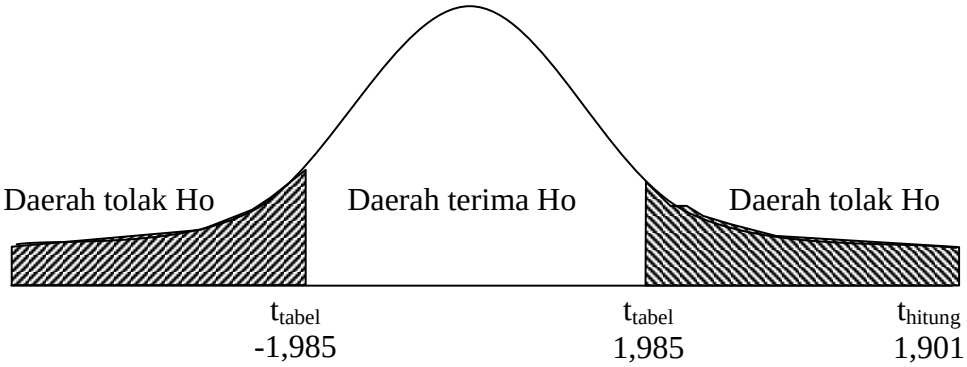
Ho : $b_i = 0$ (variabel bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel tergantung)

$H_i$ : $b_i \neq 0$ (variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel tergantung)

$\alpha = 0{,}05/2 = 0{,}025$ dengan df = (n-k-1) = (100 - 3 - 1) = 96

$t_{tabel} = 1{,}985$

$t_{hitung} = 1{,}901$




**Gambar 4.6**
**Kurva Distribusi Uji t**
**Pengaruh Lokasi ($X_2$) Terhadap Beli Ulang (Y)**

Ho diterima dan $H_i$ ditolak bila $t_{hitung} < t_{tabel}$

Ho ditolak dan $H_i$ diterima bila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu 1,901<1,985 dan memiliki taraf signifikansi sebesar 0,060> 0,05, maka Ho diterima dan $H_i$ ditolak, maka variabel lokasi ($X_2$)tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap beli ulang.

**c. Pengaruh Variabel Promosi ($X_3$) Terhadap Beli Ulang (Y)**

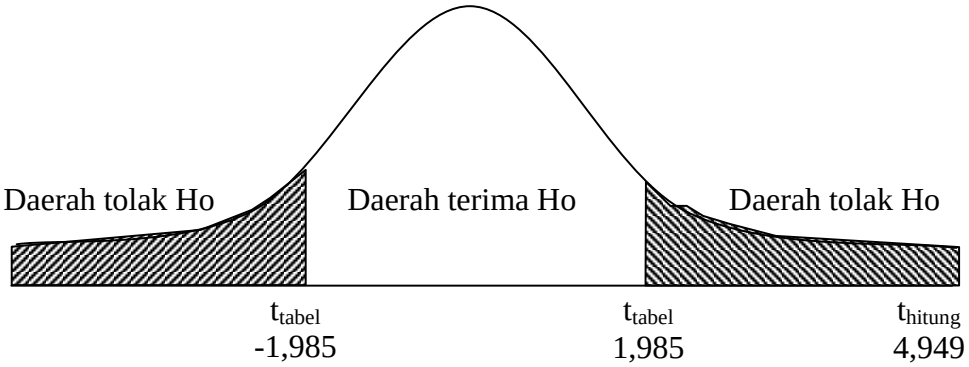
Ho :$b_i$ = 0 (variabel bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel tergantung)

$H_i$ :$b_i \neq 0$ (variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel tergantung)

$\alpha$ = 0,05/2 = 0,025 dengan df = (n-k-1) = (100 - 3 - 1) = 96

$t_{tabel}$ = 1,985

$t_{hitung}$ = 4,949




**Gambar 4.7**
**Kurva Distribusi Uji t**
**Pengaruh Promosi ($X_3$) Terhadap Beli Ulang (Y)**

Ho diterima dan $H_i$ ditolak bila $t_{hitung} < t_{tabel}$

Ho ditolak dan $H_i$ diterima bila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 4,949<1,985 dan memiliki taraf signifikansi sebesar 0,000< 0,05, maka Ho ditolak dan $H_i$ diterima, maka variabel promosi ($X_3$)mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap beli ulang.

## 4.6 Interprestasi

Berdasarkan R *Square* sebesar 0,414 berarti 41,4% variasi perubahan dari beli ulang (Y) disebabkan oleh faktor harga ($X_1$), lokasi ($X_2$) dan promosi ($X_3$), sedangkan sisanya sebesar 58,6% variasi atau perubahan beli ulang disebabkan oleh variabel - variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel harga ($X_1$) diketahui nilai t hitung (1,295) < t tabel (1,985) dengan tingkat signifikansi 0,199> 0,05 atau 5%. Variabel lokasi ($X_2$) diketahui tingkat t hitung (1,901) < t tabel (1,985) dengan tingkat signifikansi 0,060>0,05 atau 5%. Dan variabel promosi ($X_3$) diketahui t hitung (4,949) > t tabel (1,985) dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 atau 5%.

Dari uji t tersebut menunjukkan bahwa variabel promosi ($X_3$) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap beli ulang (Y). Dan sedangkan harga ($X_1$) dan lokasi ($X_2$) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang dignifikan terhadap beli ulang. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama yang menyatakan, "Bahwa Harga, Lokasi dan Promosi secara parsial berpengaruh terhadap beli ulang konsumen jasa "Memey Laundry" di Driyorejo – Gresik." dinyatakan tidak dapat diterima dan tidak terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil uji F diketahui nilai F hitung (22,858) > F tabel (2,699) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 atau 5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel harga ($X_1$), lokasi ($X_2$) dan promosi secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap beli ulang(Y). sehingga hipotesis yang kedua yang menyatakan "Bahwa Harga, Lokasi dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap beli ulang konsumen jasa "Memey Laundry" di Driyorejo – Gresik" dinyatakan dapat diterima dan terbukti kebenarannya.