BAB IV
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

Sesuai dengan tujuan permasalahan, bahwa penelitian ini membahas Bauran Pemasaran terhadap keputusan konsumen CV. Akhmadmaxi. Data yang diperoleh ada data kualitatif dari kuisioner yang telah dibuat oleh penulis.

4.1.1 Deskripsi Responden Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari 44 orang responden di mana responden adalah Konsumen yang telah menandatangani kontrak kerja di CV.Akhmadmaxi. Adapun deskripsi responden sebanyak lima pertanyaan yang menyangkut Jenis kelamin, Umur, Pekerjaan, Sumber Informasi dan Penghasilan.

Keseluruhan hasil jawaban Responden dalam bentuk persentase disajikan dalam bentuk tabel di bawah ini.

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Konsumen CV.Akhmadmaxi

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	9	20.45%
Perempuan	35	79.55%
Total	44	100%

Sumber : Data diolah dari Kuesioner 2014

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar konsumen yang mengenal CV.Akhmadmaxi adalah berjenis kelamin perempuan dengan jumlah persentase 79.55% sedangkan persentase untuk responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 20.45%.

Tabel 4.2 Usia Konsumen CV.Akhmadmaxi

Umur	Frekuensi	Presentasi
<17 tahun	0	0
17-25 tahun	22	50%
25-30 tahun	19	43.2%
>30 tahun	3	6.8%
Total	44	100%

Sumber : Data diolah dari Kuesioner 2014

Pada tabel diatas terlihat bahwa sebagian besar konsumen CV.Akhmadmaxi adalah konsumen yang memiliki usia 17-25 tahun dan 25-30 tahun dimana pada usia tersebut merupakan usia yang tepat untuk melaksanakan pernikahan dengan jumlah persentase 50% dan 43.2% . Sedangkan peresentase terendah adalah konsumen berusia ,17 tahun dengan persentase sebasar 0%, dikarenakan usia yang tidak tepat untuk melaksanakan pernikahan.

Tabel 4.3 Pekerjaan Konsumen CV.Akhmadmaxi

Pekerjaan	**Frekuensi**	**Presentasi**
Wiraswasta	4	9.1%
POLRI / Angkatan	6	13.6%
PNS	9	20.5%
Pegawai Swasta	12	27.3%
Dokter	13	29.5%
Total	44	100%

Sumber : Data diolah dari kuesioner 2014

Pada tabel diatas, diketahui bahwa sejumlah 9.1% nasabah mempunyai pekerjaan sebagai wiraswasta, 13.6% sebagai POLRI/Angkatan, 20.5% adalah PNS, 27.3% adalah pegawai swasta, serta konsumen terbanyak dengan profei sebagai seorang dokter yaitu dengan presentase 29.5%.

Tabel 4.4 Penghasilan per Bulan Konsumen CV.Akhmadmaxi

Penghasilan	**Frekuensi**	**Presentasi**
<1.000.000	0	0%
1000.000-5.000.000	18	41%
>5.000.000	26	59%
Total	44	100%

Sumber : Data diolah dari kuesioner 2014

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa persentase tertinggi adalah konsumen yang berpenghasilan >5.000.000 per bulan yaitu sebesar 59%, serta persentase konsumen yang berpenghasilan 1.000.000 – 5.000.000 per bulan adalah 41%.

4.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari dua, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas berupa bauran pemasaran(Marketing mix) jasa di mana parameternya berupa produk,lokasi, harga, promosi, orang, Bukti Fisik, Proses Jasa dan Kepercayaan konsumen yitu kemampuan, kebaikan hati dan integritas. Sedangkan variabel terikat dalam hal ini adalah keputusan konsumen yang menggunakan jasa CV.Akhmadmaxi. variabel akan dibahas pada bagian di bawah ini.

1. Produk (X_1)

Dalam variabel produk ini, ada 7 kuesioner yang meliputi : (1). Produk Foto yang dihasilkan, (2). Kualitasfoto yang dihasilkan, (3). Kualitas Video yang dihasilkan, (4). Alat-alat yang digunakan sudah memenuhi standar, (5). Desain Produk, (6).Konsep foto yang beragam dan kreatif, (7). Banyaknya varian produk yang dihasilkan. Hasil jawaban responden dapat dilihat pada tabel dibawah

Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Produk (X_1)

Nomor Kuisioner	**Penilaian & Bobot**				
	Sangat Setuju	**Setuju**	**Netral**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
1	20 (45.5%)	24 (54.5%)	0	0	0
2	10 (22.7%)	34 (77.3%)	0	0	0
3	12 (27.3%)	32 (72.7%)	0	0	0
4	15 (34%)	29 (66%)	0	0	0
5	17 (38.6%)	27 (61.4)	0	0	0
6	10 (22.7%)	34 (77.3%)	0	0	0
7	22 (50%)	22 (50%)	0	0	0

Sumber : Data diolah dari Kuesioner 2014

Berdasarkan Tabel di atas, terlihat bahwa sebagian besar jawaban responden berada pada kisaran bagus dan sangat bagus yang menunjukkan bahwa produk Akhmadmaxi dapat diandalkan sebagai salah satu aspek untuk menyaring konsumen-konsumen baru.

2. Lokasi (X_2)

Dalam Variabel Promosi ini, ada 2 kuesioner yang meliputi : (1). Lokasi mudah dijangkau, (2). Sarana Transportasi mudah ditemukan. Hasil jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.6

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi (X_2)

Nomor Kuisioner	**Penilaian & Bobot**				
	Sangat Setuju	**Setuju**	**Netral**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
1	39 (88.6%)	5 (11.4%)	0	0	0
2	30 (68.2%)	14 (31.8%)	0	0	0

Sumber: Data diolah dari Kuesioner 2014

Berdasarkan Tabel di atas, terlihat bahwa jawaban responden adalah sangat setuju. Hal ini berarti lokasi CV.Akhmadmaxi benar-benar mudah dijangkau dan lokasi dapat diandalkan sebagai aspek untuk mendorong konsumen memilih CV.Akhmadmaxi.

3. Harga (X_3)

Dalam Variabel Harga ini. ada 3 kuesioner yang meliputi : (1). Harga yang ditawarkan sesuai terjangkau, (2). Harga berbanding lurus dengan kualitas, (3). Harga lebih kompetitif dibanding kompetitor lainnya.Hasil jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.7

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X_3)

Nomor Kuisioner	**Penilaian & Bobot**				
	Sangat Setuju	**Setuju**	**Netral**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
1	0	21 (47,7%)	5 (11.4%)	0	0
2	22 (50%)	20 (45.5%)	2 (4.5%)	0	0
3	8 (18.2%)	18 (38.7%)	18 (38,7%)	0	0

Sumber: Data diolah dari Kuesioner 2014

4. Promosi (X_4)

Dalam Variabel Promosi ini, ada 3 kuesioner yang meliputi : (1) Dicount Harga, (2). Iklan sesuai Kenyataan, (3) Iklan dibuat untuk mengetahui keberadaan Akhmadmaxi. Hasil jawaban responden dapat dilihat pada tabel dibawah

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (X_4)

Nomor Kuisioner	**Penilaian & Bobot**				
	Sangat Setuju	**Setuju**	**Netral**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
1	12 (27.3%)	22 (50%)	10 (22.7%)	0	0
2	32 (72.7%)	12 (27.3%)	0	0	0
3	10 (22.7%)	34 (77.3%)	0	0	0

Sumber: Data diolah dari Kuesioner 2014

5. Orang (X_5)

Dalam Variabel orang ini, ada 2 kuesioner yang meliputi : (1) Keramahtamahan, (2).Presentasi yang baik. Hasil jawaban responden dapat dilihat pada tabel dibawah

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Orang (X_5)

Nomor Kuisioner	**Penilaian & Bobot**				
	Sangat Setuju	**Setuju**	**Netral**	**Tidak Setuju**	**Sangat Tidak Setuju**
1	30 (68.2%)	12 (27.3%)	2 (4.5%)	0	0
2	39 (88.6%)	5 (11.4%)	0	0	0

Sumber: Data diolah dari Kuesioner 2011

6. Bukti Fisik (X_6)

Dalam Variabel bukti fisik ini, ada 2 kuesioner yang meliputi : (1) Gedung mudah dijangkau (2). Penampilan karyawan yang menarik. Hasil jawaban responden dapat dilihat pada tabel dibawah

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik (X_6)

Nomor Kuisioner	Penilaian & Bobot				
	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	0	42 (95.5%)	2 (4.5%)	0	0
2	0	34 (77.3%)	10 (22.7%)	0	0

Sumber: Data diolah dari Kuesioner 2011

7. Proses jasa (X_7)

Dalam variabel proses jasa ini, ada 1 kuesioner yang meliputi : (1) Langkah-langkah sesuai dengan proses jasa. Hasil jawaban responden dapat dilihat pada tabel dibawah

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Proses Jasa (X_7)

Nomor Kuisioner	Penilaian & Bobot				
	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	0	24 (54.5%)	20 (45.5%)	0	0

Sumber: Data diolah dari Kuesioner 2011

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas Kuesioner

Dalam penelitian, data mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Benar tidaknya data, sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Sedang benar tidaknya data, tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Pengujian instumen biasanya terdiri dari uji validitas dan reliabilitas.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka data yang terkumpul terlebih dahulu perlu dilakukan uji validitas atas setiap butir/item pertanyaan untuk membuktikan apakah item-item tersebut benar-benar telah mengungkapkan faktor atau indikator yang diteliti.

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Intrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2004:137). Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak di ukur.

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi.

Untuk menguji apakah korelasi tersebut valid atau tidak, maka hasil uji r-hitung dibandingkan dengan r tabel dengan taraf signifikan minimal 95%. Bila r hitung > r tabel berarti item pertanyaan dapat diakatakan signifikan/valid. Namun bila r hitung < r tabel berarti korelasinya tidak valid. Ini berarti item tersebut harus dikeluarkan dari data semula dan selanjutnya perlu dihitung kembali uji korelasinya untuk mengetahui validitasnya lagi. Tabel di bawah ini menunjukkan hasil perhitungan uji validitasnya. Hasil uji validitas dapat dilihat *Scale Item Total Correlation* pada lampiran Reliabilitas.

Tabel 4.12 Hasil uji Validitas

Variable	**Item**	**Korelasi**		
		r-hitung	**r-tabel**	**Keterangan**
Produk (X1)	1	0,803	0.128	Valid
	2	0,873	0.128	Valid
	3	0,855	0.128	Valid
	4	0,753	0.128	Valid
	5	0,806	0.128	Valid
	6	0,793	0.128	Valid
	7	0,809	0.128	Valid
Lokasi (X2)	1	0,635	0.128	Valid
	2	0,736	0.128	Valid
Harga (X3)	1	0.855	0.128	Valid
	2	0.634	0.128	Valid
	3	0.732	0.128	Valid

Tabel 4.12 Hasil uji Validitas (Lanjutan)

Variable	Item	Korelasi		
		r-hitung	r-tabel	Keterangan
Promosi (X4)	1	0,702	0.128	Valid
	2	0,763	0.128	Valid
	3	0,730	0.128	Valid
Orang (X5)	1	0,565	0.128	Valid
	2	0.541	0.128	Valid
Bukti Fisik (X6)	1	0.611	0.128	Valid
	2	0.344	0.128	Valid
Proses Jasa (X7)	1	0.642	0.128	Valid
	2	0.723	0.128	Valid
	3	0.94	0.128	Valid

Tabel di atas memperlihatkan seluruh item yang valid. Ini berarti keseluruhan item dapat digunakan dalam penelitian. Selanjutnya akan diteliti hasil uji reliabilitas. Uji reliabilitas quesioner dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi derajat ketergantungan dan stabilitas dari alat ukur. Tinggi atau rendahnya, kuat atau lemahnya korelasi dapat ditentukan berdasarkan pada besar kecilnya nilai r (koefisien korelasi) yang menurut Alhusi (2002 : 157) adalah:

Tabel 4.13 Kategori Nilai Korelasi

Nilai korelasi	Kategori
0,00 – 0,20	Sangat rendah
0,21 – 0,40	Rendah
0,41 – 0,60	Sedang
0,61 – 0,80	Tinggi
0,81 – 1,00	Sangat Tinggi

(Sumber : Alhusi : 2002)

Dari hasil uji reliabiliti yang dilakukan dengan program statistik SPSS didapat hasil Cronbach Alpha lebih besar dari 0,5 untuk keenam variabel yaitu variabel produk, promosi, tempat, proses, bukti fisik, dan keputusan konsumen. Hasil reliabilitas variabel-variabel dapat dilihat pada table 4. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat *Cronbach's Alpha* pada lampiran Reliabilitas.

Tabel 4.14 Reliabilitas Variabel

Variable	Koofisien Reabilitas	Keterangan
Produk	0.758	Reliabel
Lokasi	0.786	Reliabel
Harga	0.753	Reliabel
Promosi	0.731	Reliabel
Orang	0.742	Reliabel
Bukti Fisik	0.730	Reliabel
Proses Jasa	0.744	Reliabel
Kemampuan	0.702	Reliabel
Kebaikan Hati	0.798	Reliabel
Integritas	0.756	Reliabel

Sumber : Data diolah dari Kuesioner 2014

4.2.2 Pengujian Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa berupa produk, lokasi, harga, promosi, orang, bukti fisik, proses jasa terhadap keputusan konsumen yang akan menggunakan jasa CV.Akhmadmaxi. Selain itu penelitian ini juga bertujuan mengetahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen yang menggunakan jasa tersebut.

Untuk menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian di lapangan, digunakan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dengan menggunakan model analisis regresi linear berganda.

Pembuktian ini dimaksudkan untuk menguji variasi dari model regresi yang digunakan dalam menerangkan variabel bebas (X) terhadap variabel tidak bebas (Y) dengan cara menguji kemaknaan dari koefisien regresinya. Hasil perhitungan dengan menggunakan model regresi diperoleh dengan nilai koefisien regresi beberapa variable yang mempengaruhi keputusan konsumen yang akan menggunakan jasa Akhmadmaxi. Berikut penulis tampilkan model regresi hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS .

Tabel 4.15 *Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,727[a]	,528	,519	,96230	,543	22,386	3	40	,000	2,203

a. Predictors: (Constant), Proses Jasa (X7), Lokasi (X2), Bukti Fisik (X6), Produk (X1), Orang(X5), Harga (X3), Promosi (X4)

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen (Y)

Tabel 4.16 ANOVA [b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	2.018	3	20.719	22.386	,000[a]
	Residual	55.509	40	0.926		
	Total	57.527	43			

a. Predictors: (Constant), Proses Jasa (X7), Lokasi (X2), Bukti Fisik (X6), Produk (X1), Orang(X5), Harga (X3), Promosi (X4)

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen (Y)

Tabel 4.17 *Coefficients*[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig	Correlations			Colinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-Order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,396	1,239		2,741	,00				,696	1,436
	Produk (X1)	,194	,085	,191	2,285	,025	,510	,229	,246	,853	1,172
	Lokasi (X2)	,177	,0072	,186	2,470	,015	,424	,247	,172	,690	1,449
	Harga (X3)	,198	,083	,199	2,372	,020	,517	,238	,254	,754	1,326
	Promosi (X4)	,206	,058	,284	3,537	,001	,550	,343	,159	,735	1,360
	Orang (X5)	,145	,056	,208	2,560	,012	,519	,255	,178	,786	1,320
	Bukti Fisik (X6)	,189	,089	,178	2,740	,017	,521	,302	,196	,846	1,446
	Proses Jasa (X7)	,174	,53	,195	2,450	,0.24	,512	,324	,164	,648	1,224

a. Dependent V ariable: Keputusan Konsumen (Y)

Tabel 4.18 Rangkuman Hasil Uji F dan Uji T Regresi Berganda

Variable Regresi	**Keterangan Variable**	**Koefisien Regresi**	**t-hitung**	**t-tabel**	**R partial**	**Partial r^2**
X_1	Produk	0,194	2,285	1,658	,229	,159
X_2	Lokasi	0,177	2,470	1,658	,247	,172
X_3	Harga	0,198	2,372	1,658	,238	,165
X_4	Promosi	0,206	3,537	1,658	,343	,246
X_5	Orang	0,145	2,560	1,658	,255	,178
X_6	Bukti Fisik	0,189	2,740	1,658	,302	,196
X_7	Proses Jasa	0,174	2,450	1,658	,324	,164
	R Squared = 0,528 Multiple R = 0,727 F Ratio = 22,386 F Tabel = 2,31					

Sumber : Data diolah dari kuesioner 2014

Berdasarkan perhitungan dengan bantuan program SPSS mengunakan Full Model Regression diperoleh persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

Y = 3,396 + 0,194 X1 + 0,177X2 + 0,198X3 + 0,206 X4 + 0,145X5 + 0,189X6 + 0,174X7 + e