

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil CV. Hasil Karya Mandiri

Nama Lembaga : CV. Hasil Karya Mandiri
Alamat Lembaga : Jl. Jendral Ahmad Yani Kec.
Pandeglang Kab. Pandeglang Prov. Banten.
Tanggal Berdiri :19-08-2002

2. Sejarah Berdirinya CV. Hasil Karya Mandiri

CV. Hasil Karya Mandiri adalah sebuah lembaga perusahaan yang membidangi jual beli emas, pertama didirikan yaitu di pasar badak Pandeglang, seiring waktu berjalan CV. Hasil karya Mandiri menerapkan konsep berhias sambil menabung yang tentunya hadir untuk memenuhi dan menjawab kebutuhan kaum wanita yang ingin berhias sambil menabung/investasi.

Berbeda dengan toko-toko lain, CV. Hasil Karya Mandiri hadir dengan produk-produk yang relatif modern dengan varian-varian model dan harga yang bisa dijangkau oleh para konsumen baik dari ekonomi menengah ke atas

maupun menengah ke bawah, yang tentunya dapat menjadi solusi untuk kaum wanita.

Bermula dari pengalaman sebagai pegawai toko mas, owner CV. Hasil Karya Mandiri mampu menimba ilmu dan sekaligus mulai mendirikan lembaga yang bernama CV. Hasil karya Mandiri yang di dirikan dengan penuh keikhlasan dan semuanya bisa terwujud atas dasar kemandirian dan karya dari seorang pegawai yang sekarang menjelma menjadi pengusaha sukses.

3. Visi dan Misi

Visi :

Menjadi lembaga perusahaan yang bisa memenuhi kebutuhan kaum wanita dalam berhias dengan konsep berhias sambil menabung/investasi, serta unggul dalam pelayanan dan kualitas produk.

Misi :

Memberikan solusi bagi kaum wanita yang ingin mempercantik diri dengan menggunakan perhiasan sambil berinvestasi.

Tujuan :

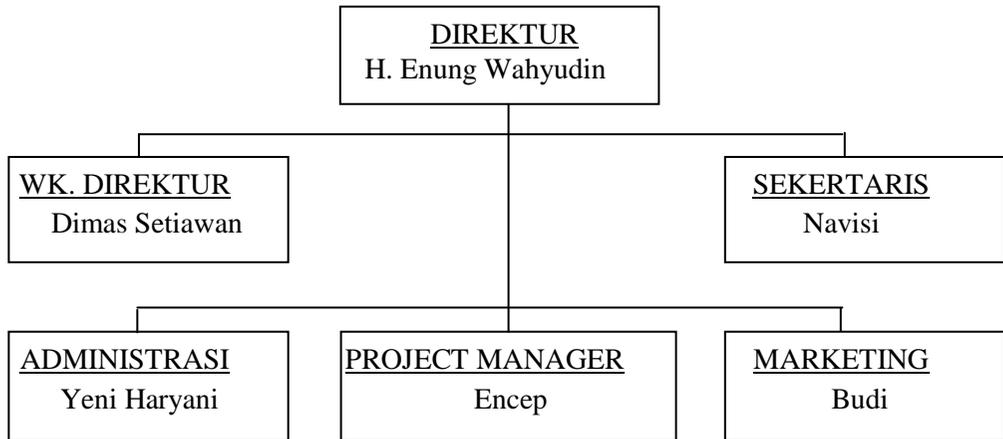
Menciptakan perusahaan yang membidangi jual beli emas dengan jujur dan mementingkan kualitas produk dan dapat memuaskan semua konsumen.

4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi diperlukan oleh perusahaan untuk mewujudkan kesatuan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pilihan struktur organisasi yang tepat akan memperlancar pencapaian tujuan tersebut. Pembagian tugas, wewenang serta tanggung jawab diantara karyawan yang telah diatur sedemikian rupa sehingga pekerjaan dapat diselesaikan secara efektif dan efisien.

Mengingat ukuran yang belum terlalu besar maka struktur organisasi CV. Hasil Karya Mandiri dibuat satu level yang sama di bawah owner agar pengawasan efektif dan efisien. Gambar merupakan struktur organisasi CV. Hasil Karya Mandiri.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi CV. Hasil Karya Mandiri



5. Produk-Produk CV. Hasil Karya Mandiri

a. Gelang

Gelang adalah sebuah perhiasan melingkar yang diselipkan atau dikaitkan pada pergelangan tangan seseorang. Secara tradisional, biasanya sebuah gelang dibuat dari logam mulia seperti: emas, perak, platina atau logam berharga lainnya.

b. Kalung

Kalung adalah sebuah perhiasan melingkar yang dikaitkan atau digantungkan pada leher seseorang. Secara tradisional, biasanya sebuah kalung dibuat dari logam mulia seperti: emas, perak, platina atau logam berharga lainnya.

Kalung telah digunakan sepanjang sejarah oleh laki-laki dan perempuan. Digunakan untuk menandai berbagai perbedaan di banyak kebudayaan.

c. Cincin

Cincin adalah perhiasan yang melingkar dijari. Cincin dipakai baik oleh perempuan ataupun laki-laki. Secara tradisional, biasanya sebuah cincin dibuat dari logam mulia seperti: emas, perak, platina atau logam berharga lainnya.

d. Anting

Anting merupakan perhiasan yang dipasang/dipakai pada bagian telinga. Anting dapat dibedakan atas giwang dan anting-anting. Giwang adalah hiasan telinga yang menempel langsung pada telinga, dan bila dipakai tidak bergerak, sedangkan anting-anting adalah hiasan telinga yang apabila dipakai dapat bergerak atau berayun-ayun.

B. Karakteristik Responden CV. Hasil Karya Mandiri

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang melakukan transaksi jual beli ditoko CV. Hasil Karya Mandiri, penulis mengambil 30 sampel berdasarkan rumusan pengambilan sampel

secara insidental. Di bawah ini akan ada uraian lebih lanjut mengenai karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian yang penulis lakukan berdasarkan usia dan frekuensi berkunjung.

Tabel 4.1
Usia

No	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1.	20 – 30	18	75
2.	30 – 40	9	7
3.	> 40	13	18
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer yang telah diolah

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang melakukan transaksi/pembelian pada toko Hasil Karya Mandiri sebagian besar pada kisaran umur 20 – 30 tahun sebanyak 75% dari total responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari 30 responden yang diambil 18 orang diantaranya yang paling banyak bertransaksi/membeli pada toko Hasil Karya Mandiri adalah yang berusia 20 – 30 tahun.

Tabel 4.2
Frekuensi Berkunjung

No	Frekuensi Berkunjung	Konsumen (Orang)	Presentase (%)
1.	1 – 10	5	10
2.	11 – 20	12	36
3.	> 21	13	54
Jumlah		30	100

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berkunjung pada toko Hasil Karya Mandiri sebagian besar pada kisaran berkunjung > 20 kali berkunjung dari total responden.

C. Hasil Analisis Data

1. Data Responden

a. Variabel X Pemasaran *Word Of Mouth* (WOM)

Tabel 4.3

Data Hasil Kuesioner

Nomor Responden	Nomor Pernyataan										jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	33
2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	33
3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	35
4	2	3	4	5	4	4	4	5	4	4	39
5	2	3	3	5	3	3	3	5	3	3	33
6	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	30
7	2	4	4	5	3	4	3	5	4	4	38
8	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2	34
9	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	33
10	2	4	4	5	4	4	3	4	4	4	38
11	4	4	3	4	3	5	3	4	4	2	36

12	3	4	5	4	5	4	3	5	4	5	42
13	2	3	3	5	4	4	4	5	4	3	37
14	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	41
15	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	41
16	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	41
17	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	41
18	2	3	3	5	4	5	4	5	4	5	40
19	3	4	4	5	4	3	4	5	4	5	41
20	2	3	3	5	3	4	4	3	4	4	35
21	2	4	3	5	4	5	3	5	4	4	39
22	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	40
23	2	4	3	5	4	4	2	5	3	3	35
24	2	3	2	5	4	4	4	5	4	4	37
25	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	40
26	2	4	4	5	4	5	4	4	3	4	39
27	2	3	4	5	4	4	3	5	4	5	39
28	1	2	2	5	4	4	4	5	4	4	35
29	1	3	3	5	4	4	4	5	4	4	37
30	1	3	3	5	4	4	4	5	4	5	38

b.Variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen)

Tabel 4.4

Data Hasil Kuesioner

Nomor Responden	Nomor Pernyataan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	3	3	4	3	5	5	4	3	3	36
2	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	46
3	3	4	3	5	3	5	5	4	3	3	38
4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	45
5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	43
6	3	4	4	4	3	5	5	3	3	3	37
7	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	43
8	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	33
9	3	4	4	5	3	4	5	3	3	3	37
10	4	3	5	4	5	3	4	5	5	5	43
11	3	3	4	5	3	4	4	3	3	3	35
12	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	45
13	3	4	5	4	4	5	4	5	5	5	44
14	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	46
15	5	4	5	4	4	3	5	4	5	4	43
16	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	45
17	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
18	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	45
19	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	45

20	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	45
21	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	44
22	5	5	4	4	4	3	5	5	4	3	42
23	4	3	4	5	4	5	5	4	3	3	40
24	3	4	3	5	4	3	5	5	4	3	39
25	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	43
26	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	44
27	3	5	5	5	4	4	5	5	4	3	43
28	3	5	4	5	3	4	5	5	4	3	41
29	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	43
30	2	4	5	5	4	4	5	5	5	5	44

2. Uji Validitas Untuk Kuesioner Variabel X

Tabel 4.5

Hasil Output SPSS 16.0 Uji Validitas Variabel X

X1	72.3333	37.540	.153	.723
X2	71.2333	36.461	.402	.704
X3	71.2000	35.269	.470	.695
X4	69.9667	35.689	.558	.694
X5	70.9333	34.892	.711	.684
X6	70.6333	38.033	.210	.718
X7	71.1667	36.144	.446	.700
X8	70.0333	35.757	.522	.695
X9	70.9667	36.861	.435	.705
X10	70.8667	33.016	.563	.677
TOTAL_SKOR	37.3333	9.885	1.000	.684

(Sumber: Analisis SPSS 16.0)

Berdasarkan tabel di atas seluruh item untuk kuesioner variabel X adalah Valid karena *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0.361 jadi dapat disimpulkan bahwa setiap item untuk kuesioner variabel X tersebut merupakan *construct* yang kuat.

3. Uji Validitas Untuk Kuesioner Variabel Y

Tabel 4.6
Uji Validitas Kuesioner Variabel Y

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	80.3000	44.355	.412	.692
Y2	79.8333	45.316	.409	.696
Y3	79.7667	43.289	.620	.678
Y4	79.6333	49.344	-.019	.727
Y5	80.1333	43.016	.613	.676
Y6	80.0333	51.482	-.252	.746
Y7	79.3000	48.838	.081	.720
Y8	79.6667	43.195	.609	.678
Y9	79.8333	40.420	.811	.652
Y10	80.1333	41.361	.701	.663
TOTAL_SKOR	42.0333	12.378	1.000	.662

(Sumber: Analisis SPSS 16.0)

Hasil perhitungan untuk seluruh item kuesioner variabel Y di atas, menunjukkan hasil yang sama yaitu nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0.361. jadi dapat disimpulkan bahwa setiap item tersebut merupakan Construct yang kuat

4. Uji Reabilitas Variabel X

Tabel 4.7

Uji Reabilitas Variabel X

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Dari hasil data SPSS 16.0 tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pada item pernyataan variabel X valid 100 % dengan Excluded 0%.

Tabel 4.8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.719	.788	11

Dari hasil item pernyataan dari variabel X, dinyatakan reliabel karena nilai Alpha Cronbach $0,719 > 0,361$.

5. Uji Reabilitas Variabel Y

Tabel 4.9
Uji Reabilitas Variabel Y
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Dari hasil data SPSS 16.0 tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pada item pernyataan variabel Y valid 100 % dengan Excluded 0%.

Tabel 4.10
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.714	.729	11

Dari hasil item pernyataan dari variabel Y, dinyatakan reliabel karena nilai Alpha Cronbach $0,714 > 0,361$.

6. Uji asumsi klasik

a. Uji Normalitas

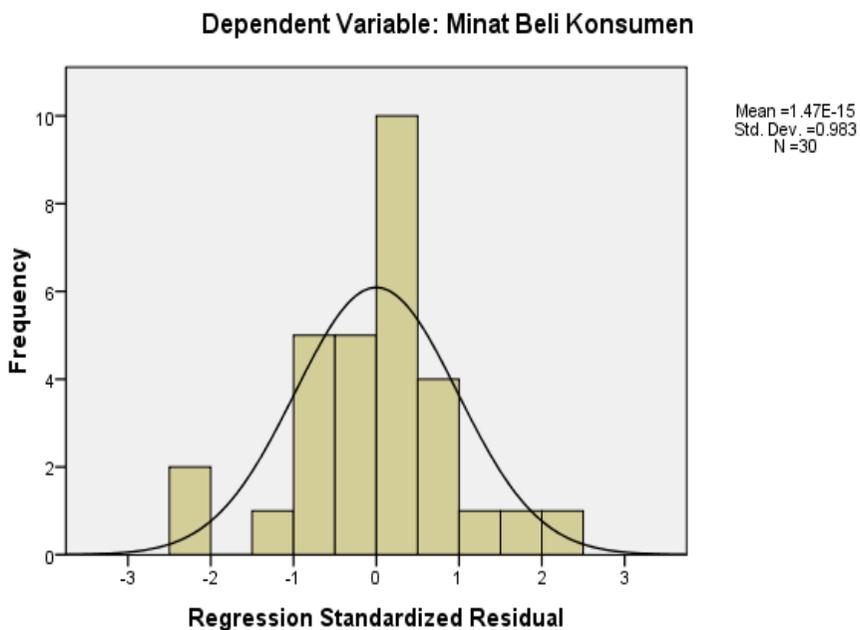
Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data, uji normalitas bertujuan untuk

menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Salah satu cara untuk mengetahui normalitas adalah dengan melihat histogram. Untuk melihat distribusi normalitas dari model ini dapat dilihat dari gambar histogram berikut:

Gambar 4.2

Hasil Uji Normalitas Data Dengan Histogram

Histogram



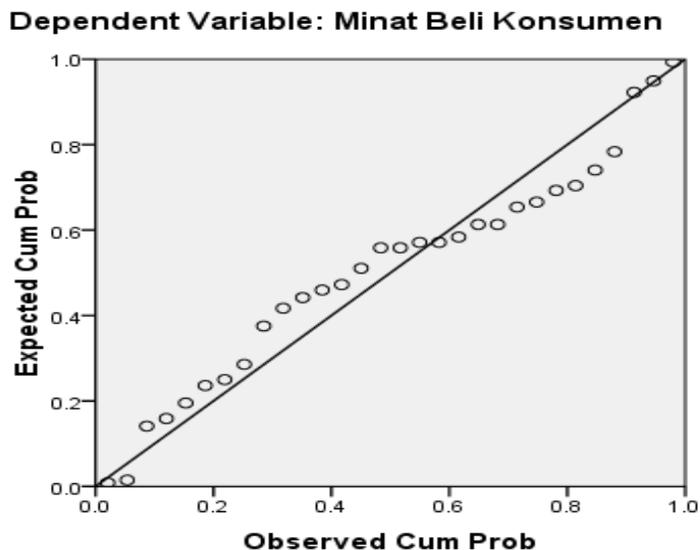
Dari gambar histogram di atas dapat dilihat model berdistribusi normal berbentuk lonceng. Selain itu untuk

menguji kenormalitasan dapat juga dengan melihat normal probability plot (Normal P-P Plot) yang membandingkan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan diagonal, jika distribusi data normal maka garis yang menggambarkan data akan mengikuti diagonalnya.

Gambar 4.3

Grafik Normal P-P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar di atas menunjukkan P-P plot grafik yang normal terlihat dari titik-titik distribusi data yang terletak pada garis lurus menyebar mengikuti garis lurus diagonal

sehingga dapat disimpulkan uji kenormalan data dapat dipenuhi.

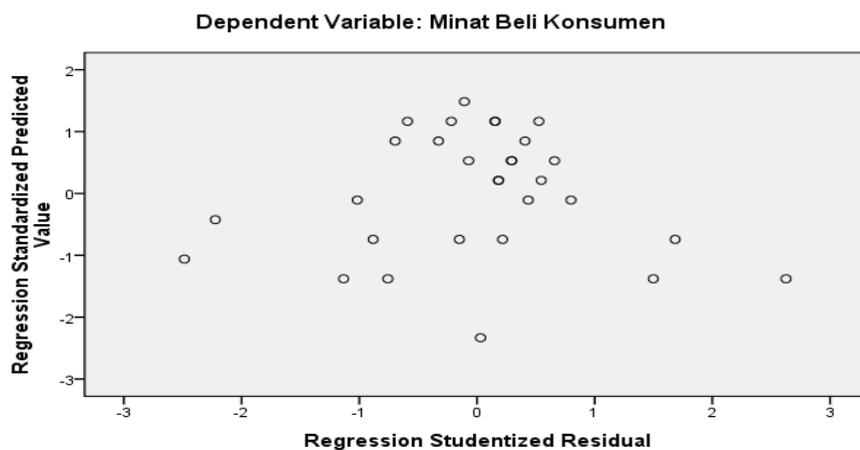
b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan lain. Jika varian dari pengamatan ke pengamatan tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika sebaliknya maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik ialah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 4.4

Hasil Uji Heterokedastisitas

Scatterplot



Dari pengolahan data spss diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada dalam grafik (scatterplot) model regresi yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya pola yang teratur, melainkan titik tersebut menyebar secara acak di atas dan di bawah, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

7. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana (simple linear regression) digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh pemasaran *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen, dimana posisi pemasaran *Word Of Mouth* sebagai variabel independen dan keputusan pembelian konsumen sebagai variabel dependen. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS For Windows versi 16.0. hasil pengolahan data dengan menggunakan program spss selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.622 ^a	.387	.366	2.80240

a. Predictors: (Constant), Word Of Mouth (WOM)

b. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Dari tabel 4.9 menunjukkan bahwa output spss versi 16.0 terlihat bahwa nilai R yaitu sebesar 622 (62,2%), dimana nilai koefisien korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara konstruk variabel independen pemasaran Word Of Mouth dan variabel dependen keputusan pembelian konsumen adalah kuat. Kemudian nilai R squer atau koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,387. Hal ini berarti 38,7% variabel pemasaran Word Of Mouth dijelaskan oleh variabel keputusan pembelian konsumen, sedangkan sisanya yaitu 61,3% minat beli konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.12
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.030	6.200		2.585	.015
Word Of Mouth (WOM)	.697	.166	.622	4.208	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Berdasarkan pada tabel di atas dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 16,030 + 0,697 X$$

Dimana Y = Keputusan Pembelian konsumen dan X = Pemasaran *Word Of Mouth*.

Sesuai dengan garis regresi yang diperoleh, maka model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Koefisien regresi variabel pemasaran *word of mouth* (X) sebesar 0,697. Hal ini berarti bahwa apabila pemasaran *word of mouth* (X) mengalami kenaikan 1, maka keputusan pembelian konsumen CV. Hasil Karya Mandiri (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,697 pada konstanta sebesar 16.030.

koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pemasaran *word of mouth* dengan keputusan pembelian konsumen. Semakin baik pemasaran *word of mouth* maka semakin meningkat keputusan pembelian konsumen CV. Hasil Karya Mandiri.