

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Bab ini menyajikan hasil dan interpretasi data yang dikumpulkan melalui kuesioner, yaitu untuk mengetahui pelaksanaan *brand image* *Clothing* Peter Says Denim.

4.1.1 Gambaran Umum Karakteristik Responden

Sebelum melihat tanggapan responden mengenai *brand image*, di bawah ini diuraikan mengenai karakteristik responden.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
Pria	82	82.0
Wanita	18	18.0
Total	100	100.0

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan tabel 4.1 dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang jenis kelamin pria yang menggunakan produk *Clothing* Peter Says Denim sebanyak 82 responden. Hal ini menunjukkan bahwa banyak responden pria yang menggunakan produk *Clothing* Peter Says Denim, dikarenakan Peter Says Denim menawarkan produk dan desain yang disukai kaum pria.

Tabel 4.2

**Karakteristik Responden Berdasarkan
Usia**

Usia	Frekuensi	Persen
< 20 tahun	15	15.0
21-25 tahun	45	45.0
26-30 tahun	35	35.0
> 31 tahun	5	5.0
Total	100	100.0

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan tabel 4.2 dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang usia 21-25 tahun yang menggunakan produk *Clothing* Peter Says Denim sebanyak 45 responden. Hal ini menunjukkan bahwa banyak responden berusia 21-25 tahun yang menggunakan produk *Clothing* Peter Says Denim, dikarenakan Peter Says Denim menawarkan produk dan desain yang disukai kawula muda.

**Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan
Pekerjaan**

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persen
Pelajar/mahasiswa	45	45.0
Pekerja Seni	40	40.0
Wiraswasta	10	10.0
Pegawai swasta	5	5.0
Total	100	100.0

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan tabel 4.3 dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang 45 responden yang menggunakan produk *Clothing* Peter Says Denim adalah pelajar/mahasiswa Hal ini menunjukkan bahwa banyak responden pelajar/mahasiswa yang menggunakan produk *Clothing* Peter Says Denim, dikarenakan Peter Says Denim sebagai *tren seter fesyen* di kalangan pelajar dan mahasiswa.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan
Kategori Produk

Kategori Produk	Frekuensi	Persen
Celana Jeans	60	60.0
Kemeja	5	5.0
T-shirt	20	20.0
Jaket	15	15.0
Total	100	100.0

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan tabel 4.4 dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang 60 responden memilih celana jeans sebagai kategori produk *Clothing* Peter Says Denim. Hal ini menunjukkan bahwa banyak responden yang memilih celana jeans, dikarenakan kualitas bahan produk *clothing* Peter Says Denim sangat bagus.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan
Kunjungan ke Store Peter Says Denim dalam Jangka Waktu Satu Tahun

Kategori Produk	Frekuensi	Persen
1 kali	5	5.0
2 kali	10	10.0
3 kali	20	20.0
> 3 kali	65	65.0
Total	100	100.0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2015.

Berdasarkan tabel 4.5 dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang 65 responden lebih dari 3 kali dalam setahun mengunjungi store Peter Says Denim. Hal ini menunjukkan bahwa banyak responden yang sering berkunjung ke store Peter Says Denim, dikarenakan pelayanan yang diberikan sangat baik dan suasana store yang unik sehingga konsumen nyaman saat berbelanja.

4.2 Tanggapan Responden terhadap *Brand Image Clothing Peter Says Denim*

Pada variabel *brand image* diukur berdasarkan tiga dimensi *brand image* yaitu dimensi *Corporate Image* (citra pembuat), *User image* (citra pemakai), dan *Product image* (citra image) dengan menggunakan 14 buah pertanyaan. Distribusi jawaban responden di setiap dimensi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Dimensi *Corporate Image* (Citra pembuat)

Pada dimensi *Corporate Image* (Citra pembuat) terdiri dari 4 (empat) indikator yaitu kredibilitas perusahaan, popularitas perusahaan, jaringan perusahaan, dan pengguna. Item-item pertanyaan dalam indikator tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a. Indikator kredibilitas perusahaan

Tabel 4.6
Penilaian Responden mengenai Peter Says Denim memiliki kredibilitas yang baik sebagai *clothing company*

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	5	5.00
Tidak setuju	2	92	92.00
Cukup	3	3	3.00
Setuju	4	0	0.00
Sangat setuju	5	0	0.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.6 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Peter Says Denim memiliki kredibilitas yang baik sebagai *clothing company* yaitu paling banyak menjawab tidak setuju sebanyak 92 orang. Hal ini dikarenakan citra perusahaan memburuk (*cooperate image*).

b. Indikator Popularitas perusahaan

Tabel 4.7

**Penilaian Responden mengenai
Peter Says Denim merupakan *clothing company* yang sudah diakui dunia**

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	1	1.00
Tidak setuju	2	16	16.00
Cukup	3	33	33.00
Setuju	4	28	28.00
Sangat setuju	5	22	22.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.7 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Peter Says Denim merupakan *clothing company* yang sudah diakui dunia yaitu paling banyak menjawab cukup sebanyak 33 orang. Hal ini dikarenakan Peter Says Denim sudah bisa menembus pasar internasional.

c. Indikator Jaringan Perusahaan

Tabel 4.8

**Penilaian Responden mengenai
Adanya agen resmi, membuat produk-produk Peter Says Denim
terjamin keasliannya**

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	1	1.00

Tidak setuju	2	14	14.00
Cukup	3	32	32.00
Setuju	4	41	41.00
Sangat setuju	5	12	12.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.8 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Adanya agen resmi, membuat produk-produk Peter Says Denim terjamin keasliannya paling banyak sebanyak 41 orang menjawab setuju. Hal ini dikarenakan jaringan perusahaan Peter Says Denim sudah terbentuk dengan baik.

Tabel 4.9
Penilaian Responden mengenai Tempat penjualan produk –produk Peter Says Denim seperti jeans, t-shirt, kemeja, jaket, dan topi mudah didapatkan di seluruh Indonesia

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	0	0.00
Tidak setuju	2	13	13.00
Cukup	3	27	27.00
Setuju	4	39	39.00
Sangat setuju	5	21	21.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.9 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Tempat penjualan produk-produk Peter Says Denim seperti jeans, t-shirt, kemeja, jaket, dan topi mudah didapatkan di seluruh Indonesia yaitu paling banyak menjawab setuju sebanyak 39 orang. Hal ini dikarenakan banyaknya agen resmi Peter Says Denim yang tersedia di seluruh Indonesia.

d. Indikator Pengguna

Tabel 4.10
Penilaian Responden mengenai
Peter Says Denim sangat tanggap terhadap keluhan pengguna produk

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	2	2.00
Tidak setuju	2	15	15.00
Cukup	3	26	26.00
Setuju	4	37	37.00
Sangat setuju	5	20	20.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.10 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Peter Says Denim sangat tanggap terhadap keluhan pengguna produk yaitu paling banyak menjawab setuju sebanyak 37 orang. Hal ini dikarenakan Peter Says Denim sangat memperhatikan pengguna.

2. Dimensi *User Image* (Citra pemakai)

Pada dimensi *User Image* (Citra pemakai) terdiri dari 2 (dua) indikator yaitu pemakai dan status sosial. Item-item pertanyaan dalam indikator tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a. Indikator Pemakai

Tabel 4.11
Penilaian Responden mengenai
Menggunakan produk Peter Says Denim secara tidak langsung membuat
Saya semakin percaya diri

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	0	0.00
Tidak setuju	2	14	14.00

Cukup	3	26	26.00
Setuju	4	42	42.00
Sangat setuju	5	18	18.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.11 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Menggunakan produk Peter Says Denim secara tidak langsung membuat Saya semakin percaya diri, yaitu paling banyak menjawab setuju sebanyak 42 orang. Hal ini dikarenakan desain produk Peter Says Denim *up to date* dan disukai kawula muda.

Tabel 4.12
Penilaian Responden mengenai Produk Peter Says Denim
selalu memenuhi harapan Saya dalam berpenampilan

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	0	0.00
Tidak setuju	2	24	24.00
Cukup	3	17	17.00
Setuju	4	37	37.00
Sangat setuju	5	22	22.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.12 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Produk Peter Says Denim selalu memenuhi harapan Saya dalam berpenampilan, yaitu paling banyak menjawab setuju sebanyak 37 orang. Hal ini dikarenakan desain produk Peter Says Denim disukai kawula muda.

b. Indikator Status Sosial

Tabel 4.13
Penilaian Responden mengenai
Menggunakan produk Peter Says Denim meningkatkan rasa bangga diri

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
-------------------	------	--------	----------------

Sangat tidak setuju	1	2	2.00
Tidak setuju	2	9	9.00
Cukup	3	24	24.00
Setuju	4	33	33.00
Sangat setuju	5	32	32.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.13 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Menggunakan produk Peter Says Denim meningkatkan rasa bangga diri, yaitu paling banyak menjawab setuju sebanyak 33 orang. Hal ini dikarenakan produk Peter Says Denim sudah mendunia.

Tabel 4.14

Penilaian Responden mengenai Saya bangga dengan produk Peter Says Denim karena dapat meningkatkan status sosial di kalangan kawula muda

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	1	1.00
Tidak setuju	2	10	10.00
Cukup	3	30	30.00
Setuju	4	38	38.00
Sangat setuju	5	21	21.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015

Berdasarkan hasil tabel 4.14 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Saya bangga dengan produk Peter Says Denim karena dapat meningkatkan status sosial di kalangan kawula muda yaitu paling banyak menjawab setuju sebanyak 38 orang. Hal ini dikarenakan Peter Says Denim menetapkan harga premium untuk setiap produknya.

3. Dimensi *Product Image* (Citra produk)

Pada dimensi *Product Image* (Citra produk) terdiri dari 3 (tiga) indikator yaitu Atribut dari produk, manfaat bagi konsumen, dan jaminan. Item-item pertanyaan dalam indikator tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a. Indikator Atribut dari produk

Tabel 4.15
Penilaian Responden mengenai
Merek “Peter Says Denim” dapat diingat dengan mudah

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	0	0.00
Tidak setuju	2	10	10.00
Cukup	3	19	19.00
Setuju	4	39	39.00
Sangat setuju	5	32	32.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.15 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Merek “Peter Says Denim” dapat diingat dengan mudah yaitu paling banyak menjawab setuju sebanyak 39 orang. Hal ini dikarenakan merek Peter Says Denim sangat populer di kalangan kawula muda.

Tabel 4.16
Penilaian Responden mengenai Desain kemasan
produk Peter Says Denim unik

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	0	0.00
Tidak setuju	2	12	12.00

Cukup	3	33	33.00
Setuju	4	33	33.00
Sangat setuju	5	22	22.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.16 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Desain kemasan produk Peter Says Denim unik yaitu paling banyak menjawab cukup dan setuju sebanyak 33 orang. Hal ini dikarenakan kemasan produk Peter Says Denim dibuat berbeda dari produk pesaing.

Tabel 4.17
Penilaian Responden mengenai
Desain logo produk Peter Says Denim menarik (*eye catching*)

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	0	0.00
Tidak setuju	2	6	6.00
Cukup	3	25	25.00
Setuju	4	43	43.00
Sangat setuju	5	26	26.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.17 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Desain logo produk Peter Says Denim menarik (*eye catching*) yaitu paling banyak menjawab setuju sebanyak 43 orang. Hal ini dikarenakan logo Peter Says Denim unik dan banyak menarik perhatian.

b. Indikator Manfaat bagi Konsumen

Tabel 4.18
Penilaian Responden mengenai
Produk jeans Peter Says Denim membuat saya merasa nyaman ketika
mengenaikannya di berbagai aktivitas

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	3	3.00
Tidak setuju	2	18	18.00
Cukup	3	28	28.00
Setuju	4	27	27.00
Sangat setuju	5	24	24.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.18 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Produk jeans Peter Says Denim membuat saya merasa nyaman ketika mengenaannya di berbagai aktivitas yaitu paling banyak menjawab cukup sebanyak 28 orang. Hal ini dikarenakan produk Peter Says Denim menggunakan bahan berkualitas tinggi dan *stretchy*.

c. Indikator Jaminan

Tabel 4.19
Penilaian Responden mengenai
Kualitas bahan produk Peter Says Denim sangat terjamin

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	3	3.00
Tidak setuju	2	4	4.00
Cukup	3	22	22.00
Setuju	4	39	39.00
Sangat setuju	5	32	32.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.19 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Kualitas bahan produk Peter Says Denim sangat terjamin yaitu paling banyak menjawab setuju sebanyak 39 orang. Hal ini dikarenakan produk-produk Peter Says Denim terbuat dari bahan berkualitas tinggi.

Dari hasil pembobotan untuk tiap item pertanyaan pada variabel *Brand Image*, maka perlu diadakan pengkalkulasian rata-ratanya. Pembobotan tiap item adalah skor dikali jumlah. Contoh :

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Setuju	5	9	9.00	45
Setuju	4	11	11.00	44
Cukup	3	29	29.00	87
Tidak Setuju	2	32	32.00	64
Sangat Tidak Setuju	1	19	19.00	19
Jumlah		100	100.00	259

Berikut rekapitulasi Pembobotan tiap item disajikan dalam tabel 4.20.

Tabel. 4.20
Total pembobotan Jawaban Responden Mengenai
Variabel *Brand Image*

No	Pernyataan	Pembobotan	Prosentase (%)	Kategori
1	Peter Says Denim memiliki kredibilitas yang baik sebagai <i>clothing company</i>	198	39.60	Buruk
2	Peter Says Denim merupakan <i>clothing company</i> yang sudah diakui dunia	354	70.80	Baik
3	Adanya agen resmi, membuat produk-produk Peter Says Denim terjamin keasliannya	349	69.80	Baik

4	Tempat penjualan produk – produk Peter Says Denim seperti jeans, t-shirt, kemeja, jaket, dan topi mudah didapatkan di seluruh Indonesia	368	73.60	Baik
5	Peter Says Denim sangat tanggap terhadap keluhan pengguna produk	358	71.60	Baik
6	Menggunakan produk Peter Says Denim secara tidak langsung membuat Saya semakin percaya diri	364	72.80	Baik
7	Produk Peter Says Denim selalu memenuhi harapan Saya dalam berpenampilan	357	71.40	Baik
8	Menggunakan produk Peter Says Denim meningkatkan rasa bangga diri	384	76.80	Baik
9	Saya bangga dengan produk Peter Says Denim karena dapat meningkatkan status sosial di kalangan kawula muda	368	73.60	Baik
10	Merek “Peter Says Denim” dapat diingat dengan mudah	393	78.60	Baik
11	Desain kemasan produk Peter Says Denim unik	365	73.00	Baik
12	Desain logo produk Peter Says Denim menarik (<i>eye catching</i>)	389	77.80	Baik
13	Produk jeans Peter Says Denim membuat saya merasa nyaman ketika mengenakannya di berbagai aktivitas	351	70.20	Baik

14	Kualitas bahan produk Peter Says Denim sangat terjamin	393	78.60	Baik
Total		4991		
Rata-rata		356.5	71.30%	Baik

Berdasarkan Tabel 4.20 tersebut diatas menunjukkan bahwa rata-rata item pada variabel *brand image* berada pada kategori “Baik” yang ditunjukkan pada rata-rata bobot sebesar 356.5 (71.30%).

Selanjutnya persentase total skor jawaban secara keseluruhan pada variabel *Brand Image* diinterpretasikan ke dalam skala penafsiran persentase skor jawaban responden yang disajikan pada gambar sebagai berikut:

$$\text{Data terbesar} = 100 \times 5 \text{ (nilai tertinggi)} = 500$$

$$\text{Data terkecil} = 100 \times 1 \text{ (nilai terendah)} = 100$$

$$\text{Range} = 500 - 100 = 400$$

$$\text{Interval} = \frac{R}{k} = \frac{400}{5} = 80$$

Kriteria :

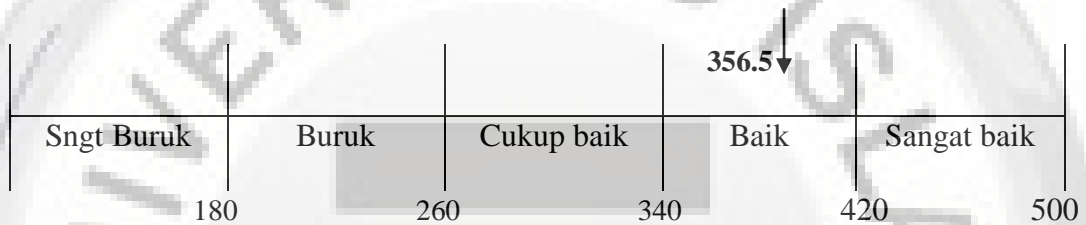
100-180 Sangat Buruk

181-260 Buruk

261-340 Cukup Baik

341-420 Baik

421-500 Sangat Baik



Gambar 4.1 diatas memperlihatkan bahwa hasil perhitungan persentase total skor dari variabel *Brand Image* sebesar 356.5 berada di antara interval 341-420.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Brand Image* berada dalam kategori baik.

4.3 Tanggapan Responden tentang Loyalitas Konsumen

Pada variabel loyalitas konsumen diukur menggunakan pertanyaan pada kuisisioner sebanyak 4 dimensi yaitu *Makes regular repeat purchase*, *Purchases across product and service lines*, *Refers others* dan *Demonstrates in immunity to the pull of the competition*. Distribusi tanggapan reponden yang menggambarkan loyalitas konsumen disajikan dalam tabel sebagai berikut:

1. Dimensi *Makes regular repeat purchase*

Pada dimensi *Makes regular repeat purchase* terdiri dari 2 (dua) indikator, yaitu Pembelian produk yang berulang dan pembelian jasa atau produk tambahan. Item pernyataan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a. Indikator Pembelian produk yang berulang

Tabel 4.21
Penilaian Responden mengenai
Saya membeli produk Peter Says Denim secara rutin

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	1	1.00
Tidak setuju	2	5	5.00
Cukup	3	40	40.00
Setuju	4	35	35.00
Sangat setuju	5	19	19.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.21 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Saya membeli produk Peter Says Denim secara rutin yaitu paling banyak menjawab cukup sebanyak 40 orang. Hal ini dikarenakan konsumen loyal terhadap produk Peter Says Denim.

b. Indikator Pembelian jasa atau produk tambahan

Tabel 4.22
Penilaian Responden mengenai
Saya menggunakan jasa lain dari Peter Says Denim yaitu studio tatto

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	3	3.00

Tidak setuju	2	10	10.00
Cukup	3	29	29.00
Setuju	4	41	41.00
Sangat setuju	5	17	17.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.22 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Saya menggunakan jasa lain dari Peter Says Denim yaitu studio tatto yaitu paling banyak menjawab setuju sebanyak 41 orang. Hal ini dikarenakan Peter Says Denim menyediakan jasa layanan studio tatto.

2. Dimensi *Purchases across product and service lines*

Pada dimensi *Purchases across product and service lines* terdiri dari 1 (satu) indikator, yaitu Pembelian produk dan pelayanan yang sama. Item pernyataan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.23
Penilaian Responden mengenai
Saya selalu mencoba produk baru dari Peter Says Denim

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	0	0.00
Kurang setuju	2	1	1.00

Cukup setuju	3	20	20.00
Setuju	4	61	61.00
Sangat setuju	5	18	18.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.23 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Saya selalu mencoba produk baru dari Peter Says Denim, paling banyak sebanyak 61 orang menjawab sangat setuju. Hal ini dikarenakan Peter Says Denim selalu mengeluarkan produk baru yang desain dan kualitasnya sangat baik.

3. Dimensi *Refers others*

Pada dimensi *Refers others* terdiri dari 2 (dua) indikator Pemberian referensi dan menyampaikan hal positif kepada orang lain. Item pernyataan tersebut dijelaskan sebagai berikut :

a. Indikator Pemberian Referensi

Tabel 4.24
Penilaian Responden mengenai
Saya akan memberikan informasi tentang produk Peter Says Denim
kepada orang lain

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	2	2.00

Tidak setuju	2	21	21.00
Cukup	3	31	31.00
Setuju	4	26	26.00
Sangat setuju	5	20	20.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.24 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Saya akan memberikan informasi tentang produk Peter Says Denim kepada orang lain yaitu paling banyak menjawab cukup sebanyak 31 orang. Hal ini dikarenakan Peter Says Denim layak untuk direkomendasikan kepada orang lain.

b. Indikator menyampaikan hal positif kepada orang lain

Tabel 4.25
Penilaian Responden mengenai Saya akan menyatakan hal-hal positif mengenai produk Peter Says Denim kepada teman-teman

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	9	9.00
Tidak setuju	2	11	11.00
Cukup	3	29	29.00
Setuju	4	32	32.00
Sangat setuju	5	19	19.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.25 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pertanyaan Saya akan menyatakan hal-hal positif mengenai produk Peter Says Denim kepada teman-teman yaitu paling banyak menjawab setuju sebanyak 32 orang. Hal ini dikarenakan produk-produk Peter Says Denim kualitasnya sangat bagus dan diakui dunia.

4. Dimensi *Demonstrates in immunity to the pull of the competition*

Pada dimensi *Demonstrates in immunity to the pull of the competition* terdiri dari 1 (satu) indikator Kekebalan terhadap daya tarik pesaing. Item pernyataan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.26
Penilaian Responden mengenai
Saya tidak akan terpengaruh oleh daya tarik produk pesaing

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	2	2.00
Tidak setuju	2	25	25.00
Cukup	3	26	26.00
Setuju	4	32	32.00
Sangat setuju	5	15	15.00
Jumlah		100	100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil tabel 4.26 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Saya tidak akan terpengaruh oleh daya tarik produk pesaing yaitu paling banyak menjawab setuju sebanyak 32 orang. Hal ini dikarenakan produk Peter Says Denim mampu memenuhi keinginan konsumen.

Dari hasil pembobotan untuk tiap item pertanyaan pada variable loyalitas mahasiswa maka perlu diadakan pengkalkulasian rata-ratanya. Pembobotan tiap item adalah skor dikali jumlah. Contoh :

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
-------------------	------	--------	----------------	------------

Sangat tidak setuju	1	5	5.00	5
Tidak setuju	2	15	15.00	30
Cukup	3	20	20.00	60
Setuju	4	33	33.00	132
Sangat setuju	5	27	27.00	135
Jumlah		100	100	362

Berikut rekapitulasi disajikan dalam tabel 4.27:

Tabel. 4.27
Total pembobotan Jawaban Responden Mengenai
Variabel Loyalitas Konsumen

No	Pernyataan	Pembobotan	Prosentase (%)	Kategori
1	Saya membeli produk Peter Says Denim secara rutin	371	74.20	Baik
2	Saya menggunakan jasa lain dari Peter Says Denim yaitu studio tatto	359	71.80	Baik
3	Saya selalu mencoba produk terbaru dari Peter Says Denim	396	79.20	Baik
4	Saya akan memberikan informasi tentang produk Peter Says Denim kepada orang lain	346	69.20	Baik
5	Saya akan menyatakan hal-hal positif mengenai produk Peter Says Denim kepada teman-teman	346	69.20	Baik
6	Saya tidak akan terpengaruh oleh daya tarik produk pesaing	333	66.60	Cukup baik
Total		2151		
Rata-rata		358.5	71.70	Baik

Berdasarkan tabel 4.27 tersebut diatas menunjukkan bahwa rata-rata item pada variabel loyalitas konsumen berada pada kategori “Baik” yang ditunjukkan pada rata-rata bobot sebesar 358.5 (71.70 %).

Selanjutnya persentase total skor jawaban secara keseluruhan pada variabel *Loyalitas Konsumen* diinterpretasikan ke dalam skala penafsiran persentase skor jawaban responden yang disajikan pada gambar sebagai berikut:

Data terbesar = 100×5 (nilai tertinggi) = 500

Data terkecil = 100×1 (nilai terendah) = 100

Range = $500 - 100 = 400$

$$\text{Interval} = \frac{R}{k} = \frac{400}{5} = 80$$

Kriteria :

100-180 Sangat Buruk

181-260 Buruk

261-340 Cukup Baik

341-420 Baik

421-500 Sangat Baik



Gambar 4.2 di atas memperlihatkan bahwa hasil perhitungan persentase total skor dari variabel *Loyalitas Konsumen* sebesar 385.5 berada di antara interval 341-420. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Loyalitas Konsumen* berada dalam kategori baik.

4.4 Transformasi Data

Asumsi yang harus dipenuhi pada saat melakukan analisis regresi data pengamatan minimal memiliki skala pengukuran interval. Agar dapat menggunakan analisis regresi dilakukan proses transformasi data dari skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval melalui suatu metode yang dikenal sebagai *method of successive interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil jawaban responden, untuk setiap pernyataan, hitung frekuensi setiap pilihan jawaban.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Untuk setiap pernyataan, tentukan nilai batas untuk Z untuk setiap pilihan jawaban.
5. Hitung nilai numerik penskalaan (skala value) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

$$\text{Scale Value} = \frac{\text{Density at Lower limit} - \text{Density at Uper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Dimana:

- Density at Lower limit = Kepadatan batas bawah
- Density at Upper Limit = Kepadatan batas atas
- Area Under Upper Limit = Daerah dibawah batas atas
- Area Under Lower Limit = Daerah dibawah batas bawah

6. Hitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban dengan persamaan berikut : $Score = Scale Value + Scale Value_{Minimum} + 1$

Tabel 4.28

MSI (Method of Success Interval) Pertanyaan 2 pada Variabel Brand Image

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
2	1	1	0.010	0.010	0.027	-2.326	1.000
	2	16	0.160	0.170	0.253	-0.954	2.250
	3	33	0.330	0.500	0.399	0.000	3.223
	4	28	0.280	0.780	0.296	0.772	4.033
	5	22	0.220	1.000	0.000		5.011

Melalui cara yang sama dapat dilakukan tranformasi untuk keseluruhan item, pertanyaan dilakukan proses tranformasi. Output proses tranformasi selengkapnya untuk keseluruhan item dapat dilihat pada lampiran.

4.5 Analisis Regresi

4.5.1. Korelasi Antara Variabel *Brand Image* Dengan Variabel Loyalitas

Konsumen

Adapun hasil pengukuran besarnya hubungan terdapat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.29

Korelasi Antara *Brand Image* Dengan Loyalitas Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 ^a	.459	.454	2.17709

a. Predictors: (Constant), *Brand image*

Dari hasil perhitungan, didapat koefisien korelasi antara *Brand Image* dengan Loyalitas konsumen $r = 0.678$, ini berarti terdapat hubungan yang kuat antara *Brand Image* dengan loyalitas konsumen. Arahnya positif ini berarti apabila *Brand Image* meningkat maka Loyalitas konsumen juga semakin meningkat.

4.5.2 Korelasi Determinansi

Besarnya sumbangan atau peranan variabel *Brand Image* terhadap variabel Loyalitas konsumen dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinansi (KD).

Tabel 4.30
Pengaruh *Brand Image* Dengan Loyalitas Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 ^a	.459	.454	2.17709

a. Predictors: (Constant), *Brand Image*

Koefisien determinasinya (R Square) menunjukkan nilai sebesar 0,459 atau sebesar 45,0% diperoleh dari hasil ($r^2 \times 100\% = 0,678^2 \times 100\% = 45.0$), artinya variabel Loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variabel *Brand Image* sebesar 45,0% dan sisanya 55,0% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor lain yang dimaksud adalah kualitas jasa.

4.5.3 Analisis Regresi Variabel *Brand Image* Terhadap Loyalitas

Konsumen

Berdasarkan besaran koefisien pada tabel lampiran hasil analisis, maka model regresi yang terbentuk dinyatakan sebagai berikut :

Tabel 4.31 Koefisien Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.814	1.284		7.643	.000
	<i>Brand_image</i>	.230	.025	.678	9.124	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS_KONSUMEN

Dari tabel tersebut juga diperoleh persamaan regresi adalah:
Loyalitas konsumen = 9.814 + 0.230*Brand Image

1. Konstanta sebesar 9.814 artinya jika untuk variable *Brand Image* bernilai nol, nilai Loyalitas konsumen adalah sebesar 9.814satuan.
2. Varibel *Brand Image* (X) memiliki nilai positif sebesar 0.230. Hal ini menyatakan setiap meningkat 1 satuan *Brand Image* akan berpengaruh terhadap meningkatnya nilai Loyalitas konsumen sebesar $9.814 + 0.230(1) = 10.044$. Hal ini memberikan pengertian bahwa semakin tinggi *Brand Image* maka semakin tinggi loyalitas konsumen.

4.5.4 Pengujian Hipotesis

Analisis ini untuk menguji hipotesis bahwa variabel *Brand Image* memiliki pengaruh nyata terhadap variabel Loyalitas konsumen

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Brand Image* terhadap loyalitas konsumen.

Ha: terdapat pengaruh yang signifikan antara *Brand Image* terhadap loyalitas konsumen.

Berikut adalah table hasil uji t output SPSS,

Tabel 4.32
Uji t hitung variabel *Brand Image* terhadap loyalitas konsumen

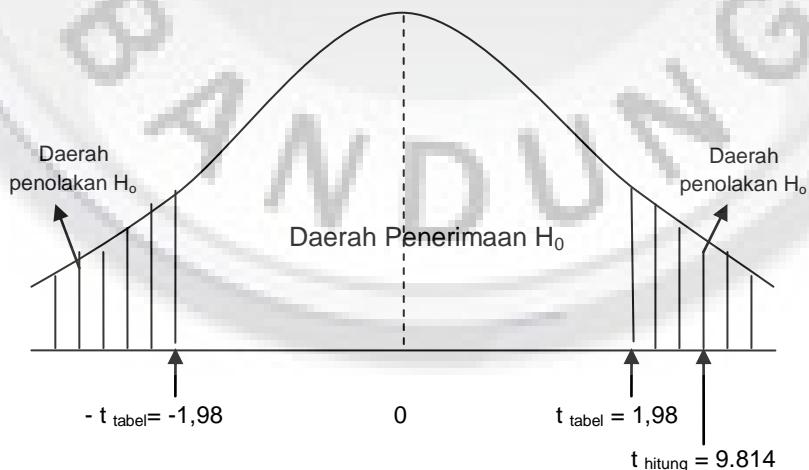
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.814	1.284		7.643	.000
	BRAND_IMA GE	.230	.025	.678	9.124	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS_KONSUMEN

T tabel = 1,98

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t hitung, diketahui bahwa nilai uji t hitung variabel *Brand Image* sebesar 9.814, karena uji t hitung > t tabel 1.98 atau $9.814 > 1,98$ maka terdapat pengaruh antara variabel *Brand Image* terhadap loyalitas konsumen.



Gambar 4.3
Kurva Uji-t Dua Pihak Variabel *Brand Image* Terhadap Variabel loyalitas konsumen

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t hitung, diketahui bahwa nilai uji t hitung variabel *Brand Image* sebesar 9.814, karena uji t hitung > t tabel 1.98 atau $9.814 > 1,98$ maka terdapat pengaruh antara variabel *Brand Image* terhadap loyalitas konsumen.

Hasil ini menunjukkan bahwa brand image berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Peter Says Denim. Artinya, jika perusahaan memiliki brand image yang baik, maka konsumen akan loyal terhadap produk-produk yang dikeluarkan oleh perusahaan.

LAMPIRAN SPSS

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	.490	.485	2.14749

a. Predictors: (Constant), Brand_image

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	434.891	1	434.891	94.301	.000 ^a
	Residual	451.949	98	4.612		
	Total	886.840	99			

a. Predictors: (Constant), Brand_Image

b. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.771	1.223		7.991	.000
	Brand_Image	.225	.023	.700	9.711	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

LAMPIRAN SPSS

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validasi dilakukan untuk menguji sejauhmana alat ukur dalam dalam hal ini kuesioner mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian validasi dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing iten skor dengan total skor.

Reliability

Reliability Statistics Brand Image

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.934	.933	14

Item-Total Statistics Brand Image

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	47.2333	96.806	.674	.677	.929
VAR00002	47.0667	101.926	.425	.772	.936
VAR00003	47.3333	99.402	.574	.701	.932
VAR00004	47.1333	99.844	.576	.701	.932
VAR00005	47.4333	94.461	.763	.751	.927
VAR00006	47.3333	96.644	.733	.684	.928
VAR00007	47.3333	92.161	.759	.829	.927
VAR00008	47.3333	91.264	.760	.682	.927
VAR00009	47.3000	93.459	.792	.714	.926
VAR00010	47.2000	96.372	.703	.795	.928
VAR00011	47.2000	99.614	.606	.600	.931
VAR00012	47.1333	96.947	.685	.676	.929
VAR00013	47.4667	94.878	.716	.779	.928
VAR00014	47.2000	92.855	.783	.798	.926

Reliability Statistics Loyalitas Konsumen

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.601	.616	6

Item-Total Statistics Loyalitas Konsumen

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00015	17.1000	10.921	.206	.222	.602
VAR00016	16.8667	10.602	.209	.287	.604
VAR00017	17.0000	10.207	.523	.305	.515
VAR00018	17.2000	9.959	.243	.303	.597
VAR00019	17.3667	6.930	.719	.526	.346
VAR00020	17.1333	9.637	.240	.298	.604