

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Peneliti

1. Profil Perusahaan

Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 merupakan salah satu produk lokal yang ada di Kabupaten Tulungagung tepatnya di Dusun Ringinputih RT 01 RW 01 Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Lokasi ini merupakan lokasi usaha kecap purnama KD cap 2000 untuk melaksanakan berbagai aktivitas usaha mulai dari pengemasan, produksi, distribusi hingga pemasaran.

Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 didirikan oleh Bapak Sumarsono sejak tahun 2000. Berawal dari Bapak Sumarsono yang pernah bekerja disalah satu pabrik kecap ternama di Tulungagung selama lebih kurang 20 tahun. Berbekal dari pengalaman yang dimiliki tersebut menjadikan Bapak Sumarsono mendirikan pabrik kecap sendiri. Bahan-bahan yang dibutuhkan terdiri atas gula kelapa, kedelai, dan rempah-rempah. Untuk gula kelapa didatangkan dari salah satu pabrik dari Kabupaten Blitar. Sedangkan untuk bahan lainnya dibeli di sekitar Tulungagung.

Pendistribusian produk kecap manis yang dihasilkan sendiri sudah menyeluruh di Kabupaten Tulungagung. Pendistribusian kecap 2000 yaitu dengan cara distribusi langsung ke tangan pembeli dan pengecer. Kebanyakan konsumen yang mempunyai warung makan. Produk kecap KD 2000 memproduksi 2 kemasan yaitu kemasan botol kaca dan kemasan botol plastik. Sedangkan pabrik ini memiliki 3 varian kemasan pertama menggunakan kemasan botol dengan ukuran besar, yang kedua tanggung, dan yang ketiga ukuran kecil. Untuk ukuran botol besar dengan harga Rp 18.500,- per botol kaca sedangkan botol tanggung harga Rp 11.000,- per botol plastik dan yang botol kecil dengan harga Rp 5.500,- per botol kaca.

Pabrik kecap 2000 merupakan jenis usaha yang memproduksi jenis kecap manis. Kecap 2000 terbuat dari bahan baku seperti gula kelapa, kedelai, rempah-rempah, garam, dan air. Bahan baku yang digunakan tidak pernah berubah sejak perusahaan tersebut didirikan. Pabrik kecap 2000 mempunyai karyawan sebanyak 15 orang.

2. Misi dan Tujuan Perusahaan

a. Misi Perusahaan

Misi yakni suatu pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan dalam usaha mewujudkan suatu visi yang telah dibuat. Misi itu ibarat langkah-langkah kecil yang dibagi untuk mempermudah serta bentuk usaha

nyata dalam memberikan arah sekaligus batasan-batasan proses pencapaian tujuan. Misi perusahaan diantaranya:

- 1) Memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin untuk konsumen
- 2) Meningkatkan perekonomian perekonomian negara dan mengurangi pengangguran dengan mengembangkan pertumbuhan usaha

b. Tujuan Perusahaan

Tujuan adalah penjabaran visi misi dan hal yang akan dicapai atau dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam pencapaian tujuan untuk keadaan di masa yang akan datang agar lebih baik lagi. Tujuan perusahaan antara lain:

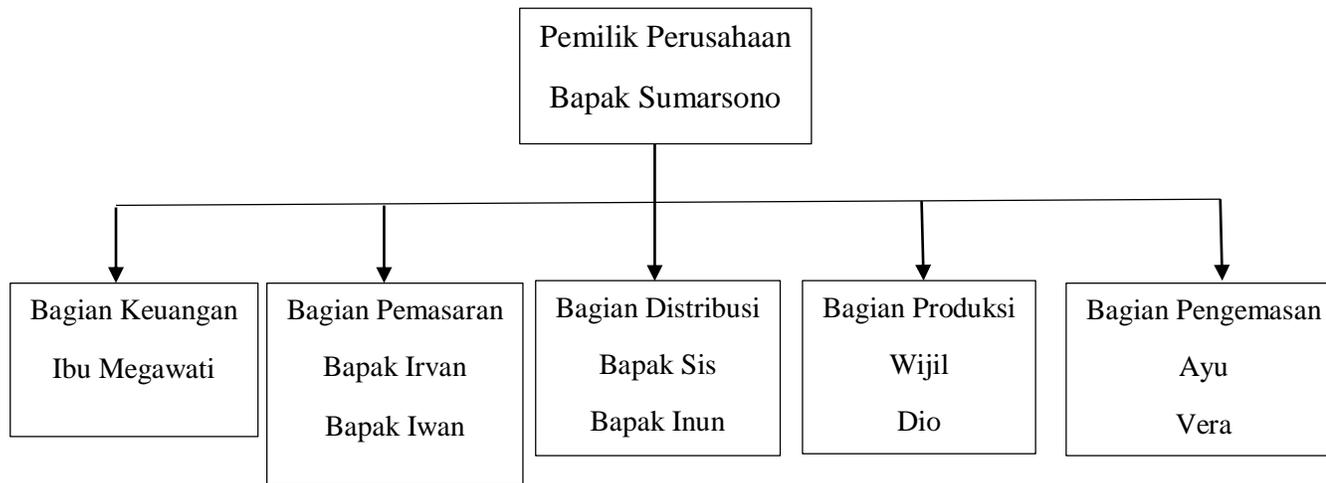
- 1) Menambah pendapatan
- 2) Memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan di pasar
- 3) Mensejahterakan para pegawai

3. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi merupakan alat yang penting bagi pemimpin perusahaan di dalam mengorganisasikan tenaga kerja yang ada. Dengan adanya struktur organisasi yang baik pimpinan perusahaan akan mudah mengetahui dan mendistribusikan tanggung jawab dan wewenang para personalia perusahaan yang ada.

Bagan 4.1

Struktur Organisasi



Sumber: Perusahaan Kecip Purnama KD Cap 2000, 2021

Tugas dan wewenang, antara lain:

1. Pimpinan Perusahaan

Struktur tertinggi yaitu pemimpin perusahaan kecap purnama KD cap 2000 bertanggung jawab atas keseluruhan sistem operasional penyelenggaraan kecap KD cap 2000.

2. Bagian Keuangan

Yaitu struktur tertinggi yang berwenang pada keseluruhan keuangan dan alokasi penggunaan dana perusahaan serta mengupayakan dalam pengembangan usaha bagi kecap KD cap 2000.

3. Bagian Pemasaran

Yaitu struktur yang memiliki wewenang dalam pemasaran suatu produk pada perusahaan.

4. Bagian Distribusi

Yaitu bagian yang memiliki wewenang pada pendistribusian produk kecap KD cap 2000.

5. Bagian Produksi

Yaitu bagian yang memiliki wewenang dalam mengolah bahan mentah menjadi barang jadi berupa kecap.

6. Bagian Pengemasan

Adalah bagian yang memiliki wewenang dalam melakukan pengemasan pada produk kecap purnama KD cap 2000.

B. Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini pihak yang menjadi responden adalah konsumen kecap purnama KD cap 2000 yang berdomisili di Dusun Ringinputih RT 01 RW 01 dan Dusun Ringinpitu RT 02 RW 01 Desa Ringinpitu. Pengambilan sampel ini menggunakan metode sampel jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan menjadi sampel. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden sebagai berikut

1. Identitas Responden

a. Jenis Kelamin

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 130 responden. Berikut merupakan data responden yang telah menjawab pertanyaan kuisisioner menurut jenis kelamin:

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1	Laki-laki	26	20%
2	Perempuan	104	80%
Total		130	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden jenis kelamin perempuan sebanyak 104 orang atau 80% dan responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 26 atau 20%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden jenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki. Jadi dapat diketahui bahwa konsumen kecap KD cap 2000

lebih didominasi oleh perempuan. Hal tersebut membuktikan bahwa perempuan lah yang sering membutuhkan produk kecap dalam pemenuhan kebutuhannya di dapur.

b. Usia

Usia responden dapat dilihat dari hasil pengelompokan responden sebagai berikut:

Tabel 4.3

Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	21-30 tahun	26	20%
2	31-40 tahun	21	16,2%
3	41-50 tahun	43	33,1%
4	51-60 tahun	33	25,4%
5	>61 tahun	16	12,3%
Total		130	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden terbanyak menurut umur yaitu 41-50 tahun dengan jumlah sebanyak 43 atau 33,1%, sedangkan responden terkecil menurut umur yaitu >61 tahun dengan jumlah sebanyak 16 atau 12,3%. Untuk jumlah responden dengan umur 21-30 tahun yaitu 26 atau 20%, sedangkan responden dengan umur 31-40 tahun sebanyak 21 responden atau 16,2%. Serta umur responden 51-60 tahun dengan jumlah 33 atau 25,4%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsumen kecap manis KD cap 2000 sebagai besar adalah dari umur 41-50 tahun. Tingginya

presentase membuktikan bahwa usia tersebut seseorang membutuhkan produk kecap untuk memenuhi kebutuhan dan keluarga sehari-hari.

c. Pekerjaan

Jenis pekerjaan responden dapat dilihat dari hasil pengelompokan responden sebagai berikut:

Tabel 4.4

Jenis Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Mahasiswa	3	2,3%
2	PNS	6	4,6%
3	Wiraswasta	22	16,9%
4	Wirausaha	17	13,1%
5	IRT	60	46,2%
6	Lain-lain	22	16,9%
Total		130	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden dengan jenis pekerjaan terbanyak yaitu Ibu Rumah Tangga yaitu 60 responden atau 46,2% dan jenis pekerjaan terkecil yaitu mahasiswa dengan 3 responden atau 2,3%. Pegawai Negeri Sipil memiliki responden dengan jumlah 6 responden atau 4,6%, sedangkan wiraswasta memiliki jumlah responden 22 atau 16,9% serta wirausaha sebanyak 17 responden atau 13,1%. Lalu untuk lain-lain yang meliputi jenis pekerjaan yaitu petani, buruh tani, buruh bangunan, dan penjahit dengan jumlah 22 responden atau 16,9%. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa konsumen kecap manis KD cap 2000 sebagai besar adalah dari kalangan Ibu Rumah Tangga.

d. Pendidikan

Pendidikan responden dapat dilihat dari hasil pengelompokan responden sebagai berikut:

Tabel 4.5

Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD	34	26,2%
2	SMP	18	13,8%
3	SMA	70	53,8%
4	Diploma	1	0,8%
5	S1/S2/S3	7	5,4%
Total		130	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa responden terbanyak yaitu responden dengan lulusan SMA yaitu sebanyak 70 responden atau 53,8%. Sedangkan untuk lulusan SD sebanyak 34 responden atau 26,2% dan pendidikan SMP sebanyak 18 responden atau 13,8% serta S1 sebanyak 7 responden atau 5,4% lalu diploma sebanyak 1 responden atau 0,8%.

C. Deskripsi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan sebagai variabel independen dan loyalitas konsumen sebagai variabel dependen. Data-data mengenai variabel tersebut didapat melalui angket yang telah disebarakan kepada responden. Angket yang disebarakan sebanyak 130 responden terdiri atas beberapa pernyataan dan diukur menggunakan skala likert. Dari angket tersebut disebarakan kepada responden yang terdiri atas 30 pertanyaan dan dibagi menjadi 5 variabel, yaitu:

1. Deskripsi Variabel Selera (X1)

Tabel Frekuensi 4.6

Selera (X1)

Indikator	Skor Jawaban											
	5(SS)		4(S)		3(N)		2(TS)		1(STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1.1	7	5,4%	65	50%	46	35,4%	12	9,2%	0	0%	130	100%
X1.2	6	4,6%	57	43,9%	61	46,9%	6	4,6%	0	0%	130	100%
X1.3	6	4,6%	59	45,4%	59	45,4%	6	4,6%	0	0%	130	100%
X1.4	7	5,4%	57	43,9%	61	46,9%	5	3,8%	0	0%	130	100%
X1.5	6	4,6%	72	55,4%	49	37,7%	3	2,3%	0	0%	130	100%
X1.6	8	6,2%	52	40%	65	50%	5	3,8%	0	0%	130	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X1.1) yaitu produk yang bervariasi dari 130 responden terdapat 7 responden atau 5,4% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 65 responden atau 50% menyatakan setuju dan 46 responden atau 35,4% menyatakan netral serta 12 responden atau 9,2% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan

bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai beberapa varian produk dan varian botol yang memudahkan konsumen untuk membeli.

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X1.2) dari 130 responden terdapat 15 responden atau 11,5% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 61 responden atau 46,9% menyatakan setuju dan 51 responden atau 39,3% menyatakan netral serta 3 responden atau 2,3% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai beberapa varian produk dan varian botol yang memudahkan konsumen untuk membeli.

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X1.3) dari 130 responden terdapat 32 responden atau 24,6% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 67 responden atau 51,6% menyatakan setuju dan 29 responden atau 22,3% menyatakan netral serta 2 responden atau 1,5% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai produk mudah dijumpai.

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X1.4) dari 130 responden terdapat 30 responden atau 23,1% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 66 responden atau 50,8% menyatakan setuju dan 31

responden atau 23,8% menyatakan netral serta 3 responden atau 2,3% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai produk dengan kualitas baik.

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X1.5) dari 130 responden terdapat 26 responden atau 20% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 66 responden atau 50,8% menyatakan setuju dan 37 responden atau 28,4% menyatakan netral serta 1 responden atau 0,8% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai kualitas yang terbukti diminati konsumen.

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X1.6) dari 130 responden terdapat 15 responden atau 11,5% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 57 responden atau 43,9% menyatakan setuju dan 53 responden atau 40,8% menyatakan netral serta 5 responden atau 3,8% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai selera baik dimata konsumen.

2. Deskripsi Variabel Harga (X2)

Tabel Frekuensi 4.7

Harga (X2)

Indikator	Skor Jawaban											
	5(SS)		4(S)		3(N)		2(TS)		1(STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X2.1	3	2,3%	81	62,3%	43	33,1%	3	2,3%	0	0%	130	100%
X2.2	7	5,4%	75	57,7%	46	35,4%	2	1,5%	0	0%	130	100%
X2.3	8	6,2%	57	43,8%	59	45,4%	6	4,6%	0	0%	130	100%
X2.4	5	3,8%	62	47,8%	58	44,6%	5	3,8%	0	0%	130	100%
X2.5	10	7,7%	65	50%	50	38,5%	5	3,8%	0	0%	130	100%
X2.6	7	5,4%	60	46,2%	57	43,8%	6	4,6%	0	0%	130	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X2.1) yaitu keterjangkauan harga dari 130 responden terdapat 3 responden atau 2,3% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 81 responden atau 62,3% menyatakan setuju dan 43 responden atau 33,1% menyatakan netral serta 3 responden atau 2,3% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai harga terjangkau dan ekonomis bagi konsumen.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X2.2) dari 130 responden terdapat 7 responden atau 5,4% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 75 responden atau 57,7% menyatakan setuju dan 46 responden atau 35,4% menyatakan netral serta 2 responden atau 1,5% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai daya beli harga yang terjangkau.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X2.3) dari 130 responden terdapat 7 responden atau 5,4% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 57 responden atau 43,8% menyatakan setuju dan 59 responden atau 45,4% menyatakan netral serta 6 responden atau 4,6% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai harga sesuai dengan kualitas produk.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X2.4) dari 130 responden terdapat 5 responden atau 3,8% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 62 responden atau 47,8% menyatakan setuju dan 58 responden atau 44,6% menyatakan netral serta 5 responden atau 3,8% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai harga sesuai dengan manfaat yang didapatkan oleh konsumen.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X2.5) dari 130 responden terdapat 10 responden atau 7,7% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 65 responden atau 50% menyatakan setuju dan 50 responden atau 38,5% menyatakan netral serta 5 responden atau 3,8% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai harga yang bersaing dengan merek lain.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X2.6) dari 130 responden terdapat 7 responden atau 5,4% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 60 responden atau 46,2% menyatakan setuju dan 57 responden atau 43,8% menyatakan netral serta 6 responden atau 4,6% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai harga terjangkau dengan kualitas baik.

3. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3)

Tabel Frekuensi 4.8

Kualitas Produk (X3)

Indikator	Skor Jawaban											
	5(SS)		4(S)		3(N)		2(TS)		1(STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X3.1	2	1,5%	64	49,2%	54	41,6%	10	7,7%	0	0%	130	100%
X3.2	3	2,3%	62	47,8%	57	43,7%	8	6,2%	0	0%	130	100%
X3.3	4	3,1%	67	51,5%	53	40,8%	6	4,6%	0	0%	130	100%
X3.4	5	3,8%	59	45,4%	50	38,5%	16	12,3%	0	0%	130	100%
X3.5	3	2,3%	67	51,5%	49	37,7%	11	8,5%	0	0%	130	100%
X3.6	6	4,6%	53	40,8%	69	53,1%	2	1,5%	0	0%	130	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X3.1) yaitu estetika dari 130 responden terdapat 2 responden atau 1,5% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 64 responden atau 49,2% menyatakan setuju dan 54 responden atau 41,6% menyatakan netral serta 10 responden atau 7,7% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa

responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai kemasan yang menarik konsumen.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X3.2) dari 130 responden terdapat 3 responden atau 2,3% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 64 responden atau 47,8% menyatakan setuju dan 54 responden atau 41,6% menyatakan netral serta 10 responden atau 7,7% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai produk yang menarik bagi konsumen.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X3.3) dari 130 responden terdapat 4 responden atau 3,1% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 67 responden atau 51,5% menyatakan setuju dan 53 responden atau 40,8% menyatakan netral serta 6 responden atau 4,6% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai aroma tidak berbau.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X3.4) dari 130 responden terdapat 5 responden atau 3,8% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 59 responden atau 45,4% menyatakan setuju dan 50 responden atau 38,5% menyatakan netral serta 16 responden atau 12,3% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden

X4.1	3	2,3 %	48	36,9 %	54	41,6 %	25	19,2 %	0	0%	13 0	100 %
X4.2	3	2,3 %	50	38,5 %	58	44,6 %	19	14,6 %	0	0%	13 0	100 %
X4.3	5	3,8 %	55	42,4 %	61	46,9 %	9	6,9%	0	0%	13 0	100 %
X4.4	5	3,8 %	60	46,2 %	61	46,9 %	4	3,1%	0	0%	13 0	100 %
X4.5	9	6,9 %	41	31,5 %	55	42,3 %	24	18,5 %	1	0,8 %	13 0	100 %
X4.6	9	6,9 %	53	40,8 %	57	43,8 %	11	8,5%	0	0%	13 0	100 %

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X4.1) yaitu periklanan dari 130 responden terdapat 3 responden atau 2,3% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 48 responden atau 36,9% menyatakan setuju dan 54 responden atau 41,6% menyatakan netral serta 25 responden atau 19,2% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang memiliki ketertarikan saat melihat banner.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X4.2) dari 130 responden terdapat 3 responden atau 2,3% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 50 responden atau 38,5% menyatakan setuju dan 58 responden atau 44,6% menyatakan netral serta 19 responden atau 15,6% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang memiliki ketertarikan dalam membeli produk saat melihat stand menjual produk ini.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X4.3) dari 130 responden terdapat 5 responden atau 3,8% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 55 responden atau 42,4% menyatakan setuju dan 61 responden atau 46,9% menyatakan netral serta 9 responden atau 6,9% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang memiliki nama produk yang cukup terkenal oleh konsumen.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X4.4) dari 130 responden terdapat 5 responden atau 3,8% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 60 responden atau 46,2% menyatakan setuju dan 61 responden atau 46,9% menyatakan netral serta 4 responden atau 3,1% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang memiliki produk yang mudah ditemukan diwarung.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X4.5) dari 130 responden terdapat 9 responden atau 6,9% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 41 responden atau 31,5% menyatakan setuju dan 55 responden atau 42,3% menyatakan netral serta 24 responden atau 18,5% menyatakan tidak setuju dan 1 responden atau 0,8% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju

dengan kecap purnama KD cap 2000 yang memberikan potongan harga bagi konsumen yang membeli produk langsung ke pabrik.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator (X4.6) dari 130 responden terdapat 9 responden atau 6,9% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 53 responden atau 40,8% menyatakan setuju dan 57 responden atau 43,8% menyatakan netral serta 11 responden atau 8,5% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang memiliki peminat tetap maupun pelanggan baru.

5. Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

Tabel Frekuensi 4.10

Loyalitas Konsumen (Y)

Indikator	Skor Jawaban										Jumlah	
	5(SS)		4(S)		3(N)		2(TS)		1(STS)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y.1	12	9,2%	68	52,3%	47	36,2%	3	2,3%	0	0%	130	100%
Y.2	12	9,2%	70	53,9%	45	34,6%	3	2,3%	0	0%	130	100%
Y.3	10	7,7%	65	50%	49	37,7%	6	4,6%	0	0%	130	100%
Y.4	8	6,2%	58	44,6%	56	43%	8	6,2%	0	0%	130	100%
Y.5	10	7,7%	51	39,2%	52	40%	17	13,1%	0	0%	130	100%
Y.6	20	15,4%	56	43%	53	40,8%	1	0,8%	0	0%	130	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator (Y1.1) yaitu kesetiaan terhadap pembelian produk dari 130 responden terdapat 12 responden atau 9,2% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 68

responden atau 52,3% menyatakan setuju dan 47 responden atau 36,2% menyatakan netral serta 3 responden atau 2,3% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai kualitas yang disukai konsumen.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator (Y1.2) dari 130 responden terdapat 12 responden atau 9,2% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 70 responden atau 53,9% menyatakan setuju dan 45 responden atau 34,6% menyatakan netral serta 3 responden atau 2,3% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai produk yang disukai konsumen.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator (Y1.3) dari 130 responden terdapat 10 responden atau 7,7% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 65 responden atau 50% menyatakan setuju dan 49 responden atau 37,7% menyatakan netral serta 6 responden atau 4,6% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai kualitas yang tidak kalah dengan produk lainnya.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator (Y1.4) dari 130 responden terdapat 8 responden atau 6,2% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 58 responden atau 44,6% menyatakan setuju dan 56

responden atau 43% menyatakan netral serta 8 responden atau 6,2% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang menggunakan bahan aman.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator (Y1.5) dari 130 responden terdapat 10 responden atau 7,7% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 51 responden atau 39,2% menyatakan setuju dan 52 responden atau 40% menyatakan netral serta 17 responden atau 13,1% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang memiliki kualitas baik sehingga menarik konsumen.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator (Y1.6) dari 130 responden terdapat 20 responden atau 15,4% responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 56 responden atau 43% menyatakan setuju dan 53 responden atau 40,8% menyatakan netral serta 1 responden atau 0,8% menyatakan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan kecap purnama KD cap 2000 yang mempunyai kualitas baik sehingga konsumen membeli lagi dan lagi.

D. Uji Keabsahan Data

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument dengan menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Suatu data dapat dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Berdasarkan hasil uji validitas variabel dalam dalam penelitian ini, mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Selera (X1)	Item 1	0,678	0,172	Valid
	Item 2	0,662	0,172	Valid
	Item 3	0,625	0,172	Valid
	Item 4	0,614	0,172	Valid
	Item 5	0,598	0,172	Valid
	Item 6	0,605	0,172	Valid
Harga (X2)	Item 1	0,579	0,172	Valid
	Item 2	0,608	0,172	Valid
	Item 3	0,696	0,172	Valid
	Item 4	0,642	0,172	Valid
	Item 5	0,634	0,172	Valid
	Item 6	0,672	0,172	Valid
Kualitas Produk (X3)	Item 1	0,525	0,172	Valid
	Item 2	0,587	0,172	Valid
	Item 3	0,636	0,172	Valid
	Item 4	0,630	0,172	Valid
	Item 5	0,670	0,172	Valid
	Item 6	0,589	0,172	Valid
Promosi Penjualan (X4)	Item 1	0,453	0,172	Valid
	Item 2	0,581	0,172	Valid
	Item 3	0,604	0,172	Valid
	Item 4	0,649	0,172	Valid

	Item 5	0,642	0,172	Valid
	Item 6	0,567	0,172	Valid
Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Loyalitas Konsumen (Y)	Item 1	0,685	0,172	Valid
	Item 2	0,508	0,172	Valid
	Item 3	0,442	0,172	Valid
	Item 4	0,560	0,172	Valid
	Item 5	0,712	0,172	Valid
	Item 6	0,611	0,172	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan pada tabel 4.11 dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item adalah valid karena nilai Corrected Item Total Corellation $> 0,172$. Sehingga dalam penelitian ini semua item pernyataan atau indikator kuisisioner memenuhi persyaratan validitas serta dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Reabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk- konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner. Untuk menghitung reabilitas digunakan koefisien *Croanbach Alpha* dengan pengelompokan menjadi lima kelas dengan reng sama, sebagai berikut:

- a. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
- b. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
- c. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
- d. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.

e. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

Tabel 4.12

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Selera (X1)	0,697	Reliabel
Harga (X2)	0,710	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,685	Reliabel
Promosi Penjualan (X4)	0,615	Reliabel
Loyalitas Konsumen (Y)	0,668	Reliabel

Sumber: Data diperoleh dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.12 dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6 yaitu variabel selera (X1) diperoleh 0,697, harga (X2) diperoleh 0,710, kualitas produk (X3) diperoleh 0,685, promosi penjualan (X4) diperoleh 0,615, dan loyalitas konsumen (Y) diperoleh 0,668. Sehingga variabel dalam kuisisioner pada penelitian ini dianggap reliabel.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat. Untuk mengetahui apakah data

ini berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan pengujian dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 4.13

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		130
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diperoleh dengan SPSS 21

Dari tabel tersebut dapat diperoleh angka probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Terima H_1 jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan tolak H_0 jika nilai signifikansi $< 0,05$.

H_0 = Data tidak berdistribusi normal

H_1 = Data berdistribusi normal

Nilai sig pada tabel *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* untuk selera, harga, kualitas produk, promosi penjualan, dan loyalitas konsumen adalah 0,200 maka lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$) sehingga data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan unruk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Untuk mendeteksi adanya

multikolinieritas, jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas. Jika VIF yang dihasilkan di antara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Selera (X1)	.586	1.706
	Harga (X2)	.663	1.508
	Kualitas Produk (X3)	.656	1.525
	Promosi Penjualan (X4)	.669	1.494

a. Dependent Variabel: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel selera (X1) sebesar $0,586 > 0,10$, variabel harga (X2) sebesar $0,663 > 0,10$, variabel kualitas produk (X3) sebesar $0,656 > 0,10$, dan variabel promosi penjualan (X4) sebesar $0,669 > 0,10$. Sedangkan nilai VIF dari variabel selera (X1) sebesar $1,706 < 10,00$, variabel harga (X2) sebesar $1,508 < 10,00$, variabel kualitas produk (X3) sebesar $1,525 < 10,00$, dan variabel promosi penjualan (X4) sebesar $1,494 < 10,00$. Hasil dari nilai tolerance dan VIF maka semua variabel terbebas dari asumsi klasik multikolonieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan glejser. Berikut adalah hasil dari uji heterokedastisitas:

Tabel 4.15
Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		T	Sig
1	(Constant)	2.499	.014
	Selera	2.019	.046
	Harga	2.210	.029
	Kualitas Produk	1.430	.155
	Promosi Penjualan	2.789	.006

Sumber: Data diperoleh dengan SPSS 21

Dari tabel 4.15 menunjukkan bahwa tidak ada gangguan heterokedastisitas yang terjadi dalam proses estimasi parameter model penduga, dimana tidak ada nilai dari variabel yang signifikan, dimana $p\text{-value} > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi heterokedastisitas.

F. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.16
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	5.102	2.042
	Selera	.198	.098
	Harga	.208	.094
	Kualitas Produk	.136	.095
	Promosi Penjualan	.251	.090

Sumber: Data diperoleh dengan SPSS 21

Hasil tabel diperoleh persamaan regresi linear berganda dengan hasil:

$$Y = 5.102 + 0,198 X_1 + 0,208 X_2 + 0,136 X_3 + 0,251 X_4 + e$$

Maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Hasil *constan* sebesar 16,631 artinya ketika variabel selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan bernilai *constan* (tetap) maka loyalitas konsumen akan meningkat 5,102.

Variabel selera (X_1) sebesar 0,198 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 dari selera maka meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,198 dan sebaliknya. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara selera dengan loyalitas konsumen. Jika skor selera tinggi, maka loyalitas konsumen juga semakin tinggi.

Variabel harga (X_2) sebesar 0,208 menyatakan bahwa setiap penambahan Rp. 1 dari harga maka akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,208 dan sebaliknya. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan loyalitas konsumen. Jika skor harga tinggi, maka loyalitas konsumen akan semakin tinggi.

Variabel kualitas produk (X_3) sebesar 0,136 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 dari kualitas produk maka meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,136 dan sebaliknya. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif

antara kualitas produk dengan loyalitas konsumen. Jika skor kualitas produk tinggi, maka loyalitas konsumen juga semakin tinggi.

Variabel promosi penjualan (X4) sebesar 0,251 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 dari promosi penjualan maka meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,251 dan sebaliknya. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi penjualan dengan loyalitas konsumen. Jika skor promosi penjualan tinggi, maka loyalitas konsumen juga semakin tinggi.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa koefisien variabel selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan bernilai positif yang berarti terjadi hubungan positif dengan loyalitas konsumen. Serta skor selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan tinggi maka loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga konsumen dalam pembeliannya akan semakin meningkat loyalitasnya.

G. Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel selera (X1), harga (X2), kualitas produk (X3) , promosi penjualan (X4) terhadap loyalitas konsumen (Y) signifikan atau tidak. Nilai t hitung dapat dilihat pada hasil regresi dan nilai t tabel didapat melalui $\text{sig. Alpha} = 0,05 \text{ df} = n - k$.

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan kecap purnama KD cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan kecap purnama KD cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru

Kriteria pengambilan:

Apabila $\text{sig} > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh secara simultan

Apabila $\text{sig} < 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara simultan

Tabel 4.17

Hasil Uji T

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.499	.014
	Selera	2.019	.046
	Harga	2.210	.029
	Kualitas Produk	1.430	.155
	Promosi Penjualan	2.789	.006

Sumber: Data diperoleh dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel selera (X1) diperoleh nilai t_{hitung} adalah 2,019 pada taraf signifikansi 0,001. Sementara nilai t_{tabel} 1,979 dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$, $df = n-k = 130-4 = 126$). Maka diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,019 > 1,979$. Maka H_0 ditolak dan diterima H_1 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara selera terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan kecap purnama KD cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru.

Berdasarkan tabel harga (X2) diperoleh nilai t_{hitung} adalah 2,210 pada taraf signifikansi 0,026. Sementara nilai t_{tabel} 1,979 dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$, $df = n-k = 130-4 = 126$). Maka diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,210 > 1,979$. Maka H_0 ditolak dan diterima H_1 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan kecap purnama KD cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru.

Berdasarkan tabel kualitas produk (X3) diperoleh nilai t_{hitung} adalah 1,430 pada taraf signifikansi 0,001. Sementara nilai t_{tabel} 1,979 dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$, $df = n-k = 130-4 = 126$). Maka diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,430 < 1,979$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan kecap purnama KD cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru.

Berdasarkan tabel promosi penjualan (X4) diperoleh nilai t_{hitung} adalah 2,789 pada taraf signifikansi 0,001. Sementara nilai t_{tabel} 1,979 dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$, $df = n-k = 130-4 = 126$). Maka diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,789 > 1,979$. Maka H_0 ditolak dan diterima H_1 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan kecap purnama KD cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru.

2. Uji F

F- test digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen.

Tabel 4.18

Hasil Uji F

Model		F	Sig.
1	Regression	17.038	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber: Data diperoleh dengan SPSS 21

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan kecap purnama KD cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan kecap purnama KD cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru

Kriteria pengambilan:

H_0 ditolak, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

H_0 diterima, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

Dari uji didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 7,181 dan signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (dengan menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha = 5\%$). Sementara nilai F_{tabel} sebesar 2,68 (dari perhitungan $df_1 = k$ (jumlah variabel bebas) = 3 dan $df_2 = n - k - 1 = 130 - 3 - 1 = 126$). Ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $17,038 > 2,68$.

Sehingga berdasarkan penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan diterima H_1 karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau signifikansi F lebih kecil dari nilai α atau dengan kata lain ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan kecap purnama KD cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru.