

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Deskripsi Jilbab

Bagi setiap perempuan yang beragama Islam wajib hukumnya untuk menutup aurat terutama memakai jilbab seperti pada firman Allah SWT sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزُوجَكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلِيبِهِنَّ ۗ ذَلِكَ أَدْنَىٰ  
أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Artinya: “Hai nabi katakanlah kepada isteri-isteri, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mu’min; “Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka”. Yang demikian itu supaya mereka mudah dikenal, karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah adalah Maha pengampun lagi Maha Penyayang.” (QS. Al Ahzab (33) ayat 59).<sup>43</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتَ النَّبِيِّ إِلَّا أَنْ يُؤْذَنَ لَكُمْ إِلَىٰ طَعَامٍ غَيْرٍ نَظِيرِهَا إِنَّهُ وَلَكِنْ إِذَا  
دُعِيتُمْ فَأَدْخُلُوا فَإِذَا طَعِمْتُمْ فَانْتَشِرُوا وَلَا مُسْتَأْنِسِينَ لِحَدِيثٍ ۗ إِنَّ ذَلِكُمْ كَانَ يُؤْذَى النَّبِيَّ فَيَسْتَحْيِي  
مِنْكُمْ ۗ وَاللَّهُ لَا يَسْتَحْيِي ۗ مِنَ الْحَقِّ ۗ وَإِذَا سَأَلْتُمُوهُنَّ مَتَاعًا فَاسْأَلُوهُنَّ مِنْ وَرَائِهِنَّ حِجَابٍ ۗ ذَلِكُمْ  
أَطْهَرُ لِقُلُوبِكُمْ وَقُلُوبِهِنَّ ۗ وَمَا كَانَ لَكُمْ أَنْ تُؤْذُوا رَسُولَ اللَّهِ وَلَا أَنْ تُنكِحُوا أَزْوَاجَهُ ۗ مِنْ  
بَعْدِهِ ۗ أَبَدًا ۗ إِنَّ ذَلِكُمْ كَانَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, Janganlah kamu memasuki rumah-rumah Nabi kecuali bila kamu diizinkan untuk makan dengan tidak menunggu-nunggu waktu masak (makanannya), tetapi jika kamu diundang maka masuklah dan bila kamu selesai makan, keluarlah kamu tanpa asyik memperpanjang percakapan. Sesungguhnya yang demikian itu akan mengganggu

---

<sup>43</sup> Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Pentafsir Al-Qur’an, *Al-Qur’an dan Terj.....*, hal. 678.

Nabi lalu Nabi malu kepadamu (untuk menyuruh kamu ke luar), dan Allah tidak malu (menerangkan) yang benar. Apabila kamu meminta sesuatu (keperluan) kepada mereka (isteri-isteri Nabi), maka mintalah dari belakang tabir. Cara yang demikian itu lebih suci bagi hatimu dan hati mereka. Dan tidak boleh kamu menyakiti (hati) Rasulullah dan tidak (pula) mengawini isteri-isterinya selamanya sesudah ia wafat. Sesungguhnya, perbuatan itu adalah amat besar (dosanya) di sisi Allah.” (Al-Ahzab (33) ayat 53)<sup>44</sup>

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ مِمَّا ضُمَّتْ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ عَلَى الْجُيُوبِ ۗ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ آبَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنَاتِ آبَائِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْ مَائَتُهُنَّ أَوِ التَّبِيعِيَّاتِ ۗ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ ۗ وَاللَّهُ جَمِيلٌ عَلِيمٌ ۗ

Artinya: “Katakanlah kepada wanita yang beriman: “Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan memelihara kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung ke dadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya, kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita

<sup>44</sup> Ibid. hal. 677.

Islam, atau budak-budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, Hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung.”(An-Nuur (24) ayat 31).<sup>45</sup>

Dari tiga ayat diatas menunjukkan bahwa ada tiga istilah yang menunjukkan makna yang hampir sama, yakni jilbab, *hijab*, dan *khimar*. Ketiga istilah tersebut bermakna pakaian wanita yang berfungsi menutup aurat yang meliputi seluruh tubuh, termasuk kepala. Dalam hal ini, muncul penamaan istilah dalam fesyen muslimah yang didasarkan pada ayat-ayat tersebut.<sup>46</sup>

1. *Khimar* (kerudung), yakni segala bentuk kain penutup kepala wanita, baik yang menutup bagian besar tubuh wanita, dari kepala, dada, sampai badan (panjang), maupun yang hanya menutup kepala sampai leher.
2. *Hijab* (tutup), yaitu semua yang dimaksudkan untuk mengurangi terjadinya fitnah godaan seksual, baik dengan cara menahan pandangan, tidak mengubah intonasi suara wanita supaya lebih menarik dan menggoda, serta menutup aurat.
3. Jilbab, yaitu kain kerudung yang menutup kepala hingga bahu atau lebih panjang dari itu, dengan mengikatkan ke dagu tetapi membiarkan wajah terbuka.

---

<sup>45</sup> *Ibid.* hal. 548.

<sup>46</sup> Muhamad Hisyam, dkk., *Fesyen Muslimah dan Transformasi Kultural*, (Jakarta:LIPI Press, 2019), hal. 38.

Jilbab saat ini bukan hanya kewajiban bagi muslimah, namun jilbab saat ini sudah menjadi bagian dari *fashion* yang digemari. Ada berbagai macam corak, bahkan kreasi dari jilbab itu sendiri. Perempuan muslim sebagaimana diwajibkan atasnya untuk memakai jilbab, dalam hal ini dapat diuntungkan dengan hadirnya banyak variasi jilbab yang ada sekarang ini.

## B. Deskripsi Umur

Dalam penelitian ini responden tidak dibatasi usia, sehingga dari kalangan usia berapapun dapat mengisi angket yang telah peneliti sediakan. Klasifikasi usia responden dibagi menjadi 4 yakni anak-anak (<11 tahun), remaja (12 tahun – 25 tahun), dewasa (26 tahun – 45 tahun), dan lansia (>45 tahun).

**Tabel 4.1**  
**Klasifikasi Usia Responden**

No.	Klasifikasi Usia Responden	Jumlah	Persentase (%)
1.	Anak-anak	1	1%
2.	Remaja	94	94%
3.	Dewasa	5	5%
4.	Lansia	0	0%
Total		100	100%

*Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013*

Dari tabel diatas diketahui bahwa dari 100 responden yang telah mengisi angket penelitian terdapat 1 responden dengan klasifikasi usia anak-anak dengan presentase 1%, 94 responden dengan klasifikasi usia remaja dengan persentase 94% serta 5 responden dengan klasifikasi usia dewasa dengan persentase 5%.

## C. Deskripsi Jawaban Responden *Online*

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam penelitian ini menggunakan 4 variabel independen yakni variabel harapan dan realita, pembelian yang berulang, bertahan menggunakan produk serta mereferensikan

kepada orang lain. Berikut adalah rincian jawaban responden pada saat melakukan pembelian secara *online*:

1. X1 (Harapan dan Realita)

a. Produk yang diperoleh sesuai dengan harapan

**Tabel 4.2**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X1.1 Online**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	10	10%	50
2.	Setuju	4	52	52%	208
3.	Cukup setuju	3	33	33%	99
4.	Tidak setuju	2	3	3%	6
5.	Sangat tidak setuju	1	2	2%	2
Total			100	100%	365
Rata- Rata Skor					3,65
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,7833

*Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013*

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 10 responden (10%), setuju (4) sebanyak 52 responden (52%), cukup setuju (3) sebanyak 33 responden (33%), tidak setuju (2) sebanyak 3 responden (3%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 2 responden (2%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,65 (cenderung setuju).

b. Pelayanan oleh karyawan sesuai dengan yang diharapkan

**Tabel 4.3**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X1.2 Online**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	8	8%	40
2.	Setuju	4	58	58%	232
3.	Cukup setuju	3	28	28%	84
4.	Tidak setuju	2	4	4%	8
5.	Sangat tidak setuju	1	2	2%	2

Total	100	100%	366
Rata- Rata Skor			3,66
Skor Minimum			1
Skor Maksimum			5
Standar Deviasi			0,7683

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 8 responden (8%), setuju (4) sebanyak 58 responden (58%), cukup setuju (3) sebanyak 28 responden (28%), tidak setuju (2) sebanyak 4 responden (4%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 2 responden (2%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,66 (cenderung setuju).

- c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai dengan yang diharapkan

**Tabel 4.4**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X1.3 Online**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	9	9%	45
2.	Setuju	4	50	50%	200
3.	Cukup setuju	3	37	37%	111
4.	Tidak setuju	2	2	2%	4
5.	Sangat tidak setuju	1	2	2%	2
Total			100	100%	362
Rata- Rata Skor					3,62
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,7625

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 9 responden (9%), setuju (4) sebanyak 50 responden (50%), cukup setuju (3) sebanyak 37 responden (37%), tidak setuju (2) sebanyak 2 responden (2%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 2 responden (2%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,62 (cenderung setuju).

## 2. X2 (Pembelian yang Berulang)

### a. Pembeli akan membeli produk lebih banyak

**Tabel 4.5**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X2.1 Online**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	13	13%	65
2.	Setuju	4	53	53%	212
3.	Cukup setuju	3	28	28%	84
4.	Tidak setuju	2	6	6%	12
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Total			100	100%	373
Rata- Rata Skor					3,73
Skor Minimum					2
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,7635

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 13 responden (13%), setuju (4) sebanyak 53 responden (53%), cukup setuju (3) sebanyak 28 responden (28%), dan tidak setuju (2) sebanyak 6 responden (6%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,73 (cenderung setuju).

### b. Pembeli akan membeli kembali produk

**Tabel 4.6**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X2.2 Online**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	13	13%	65
2.	Setuju	4	60	60%	240
3.	Cukup setuju	3	22	22%	66
4.	Tidak setuju	2	5	5%	10
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Total			100	100%	381
Rata- Rata Skor					3,81
Skor Minimum					2

Skor Maksimum	5
Standar Deviasi	0,7205

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 13 responden (13%), setuju (4) sebanyak 60 responden (60%), cukup setuju (3) sebanyak 22 responden (22%), dan tidak setuju (2) sebanyak 5 responden (5%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,81 (cenderung setuju).

- c. Pembeli mendapat rekomendasi dari orang sekitar

**Tabel 4.7**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X2.3 Online**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	18	18%	90
2.	Setuju	4	68	68%	272
3.	Cukup setuju	3	12	12%	36
4.	Tidak setuju	2	2	2%	4
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Total			100	100%	402
Rata- Rata Skor					4,02
Skor Minimum					2
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,6192

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 18 responden (18%), setuju (4) sebanyak 68 responden (68%), cukup setuju (3) sebanyak 12 responden (12%), dan tidak setuju (2) sebanyak 2 responden (2%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 4,02 (cenderung setuju).



### 3. X3 (Bertahan menggunakan produk)

#### a. Pengalaman pelanggan dengan kepuasan utuh ketika melakukan transaksi

**Tabel 4.8**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X3.1 Online**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	17	17%	85
2.	Setuju	4	57	57%	228
3.	Cukup setuju	3	23	23%	69
4.	Tidak setuju	2	2	2%	4
5.	Sangat tidak setuju	1	1	1%	1
Total			100	100%	387
Rata- Rata Skor					3,87
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,7475

*Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013*

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 17 responden (17%), setuju (4) sebanyak 57 responden (57%), cukup setuju (3) sebanyak 23 responden (23%), tidak setuju (2) sebanyak 2 responden (2%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,87 (cenderung setuju).

#### b. Kesetiaan untuk mengembangkan hubungan dengan perusahaan

**Tabel 4.9**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X3.2 Online**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	9	9%	45
2.	Setuju	4	53	53%	212
3.	Cukup setuju	3	31	31%	93
4.	Tidak setuju	2	4	4%	8
5.	Sangat tidak setuju	1	3	3%	3

Total	100	100%	361
Rata- Rata Skor			3,61
Skor Minimum			1
Skor Maksimum			5
Standar Deviasi			0,8275

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 9 responden (9%), setuju (4) sebanyak 53 responden (53%), cukup setuju (3) sebanyak 31 responden (31%), tidak setuju (2) sebanyak 4 responden (4%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 3 responden (3%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,61 (cenderung setuju).

c. Kesiediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain

**Tabel 4.10**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X3.3 Online**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	20	20%	100
2.	Setuju	4	59	59%	236
3.	Cukup setuju	3	20	20%	60
4.	Tidak setuju	2	1	1%	2
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Total			100	100%	398
Rata- Rata Skor					3,98
Skor Minimum					2
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,6664

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 20 responden (20%), setuju (4) sebanyak 59 responden (59%), cukup setuju (3) sebanyak 20 responden (20%), dan tidak setuju (2) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,98 (cenderung setuju).

- d. Penolakan untuk berpaling dari produk.

**Tabel 4.11**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X3.4 Online**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	5	5%	25
2.	Setuju	4	34	34%	136
3.	Cukup setuju	3	46	46%	138
4.	Tidak setuju	2	14	14%	28
5.	Sangat tidak setuju	1	1	1%	1
Total			100	100%	328
Rata- Rata Skor					3,28
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,8050

*Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013*

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 5 responden (5%), setuju (4) sebanyak 34 responden (34%), cukup setuju (3) sebanyak 46 responden (46%), tidak setuju (2) sebanyak 14 responden (14%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,28 (cenderung cukup setuju).

4. X4 (Mereferensikan kepada orang lain)
- a. Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan dan produk kepada orang lain

**Tabel 4.12**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X4.1 Online**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	17	17%	85
2.	Setuju	4	64	64%	256
3.	Cukup setuju	3	14	14%	42
4.	Tidak setuju	2	4	4%	8

5.	Sangat tidak setuju	1	1	1%	1
Total			100	100%	392
Rata- Rata Skor					3,92
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,7478

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 17 responden (17%), setuju (4) sebanyak 64 responden (64%), cukup setuju (3) sebanyak 14 responden (14%), tidak setuju (2) sebanyak 4 responden (4%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,92 (cenderung setuju).

b. Rekomendasi jasa atau produk kepada orang lain

**Tabel 4.13**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X4.2 Online**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	22	22%	110
2.	Setuju	4	61	61%	244
3.	Cukup setuju	3	15	15%	45
4.	Tidak setuju	2	1	1%	2
5.	Sangat tidak setuju	1	1	1%	1
Total			100	100%	402
Rata- Rata Skor					4,02
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,7104

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 22 responden (22%), setuju (4) sebanyak 61 responden (61%), cukup setuju (3) sebanyak 15 responden (15%), tidak setuju (2) sebanyak 1 responden (1%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan

nilai rata-rata 4,02 (cenderung setuju).

- c. Dorongan terhadap teman atau relasi untuk melakukan pembelian terhadap produk

**Tabel 4.14**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X4.3 Online**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	18	18%	90
2.	Setuju	4	56	56%	224
3.	Cukup setuju	3	24	24%	72
4.	Tidak setuju	2	1	1%	2
5.	Sangat tidak setuju	1	1	1%	1
Total			100	100%	389
Rata- Rata Skor					3,89
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,7371

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 18 responden (18%), setuju (4) sebanyak 56 responden (56%), cukup setuju (3) sebanyak 24 responden (24%), tidak setuju (2) sebanyak 1 responden (1%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,89 (cenderung setuju).

#### **D. Deskripsi Jawaban Responden Offline**

Dalam penelitian ini menggunakan 4 variabel independen yakni variabel harapan dan realita, pembelian yang berulang, bertahan menggunakan produk serta mereferensikan kepada orang lain. Berikut adalah rincian jawaban responden pada saat melakukan pembelian secara *offline*:

1. X1 (Harapan dan Realita)

a. Produk yang diperoleh sesuai dengan harapan

**Tabel 4.15**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X1.1 Offline**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	42	42%	210
2.	Setuju	4	49	49%	196
3.	Cukup setuju	3	9	9%	27
4.	Tidak setuju	2	0	0%	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Total			100	100%	433
Rata- Rata Skor					4,33
Skor Minimum					3
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,6365

*Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013*

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 42 responden (42%), setuju (4) sebanyak 49 responden (49%), dan cukup setuju (3) sebanyak 9 responden (9%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 4,33 (cenderung setuju)

b. Pelayanan oleh karyawan sesuai dengan yang diharapkan

**Tabel 4.16**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X1.2 Offline**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	21	21%	105
2.	Setuju	4	59	59%	236
3.	Cukup setuju	3	19	19%	57
4.	Tidak setuju	2	1	1%	2
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Total			100	100%	400
Rata- Rata Skor					4
Skor Minimum					2

Skor Maksimum	5
Standar Deviasi	0,6667

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 21 responden (21%), setuju (4) sebanyak 59 responden (59%), cukup setuju (3) sebanyak 19 responden (19%), dan tidak setuju (2) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 4 (cenderung setuju).

- c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai dengan yang diharapkan

**Tabel 4.17**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X1.3 Offline**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	19	19%	95
2.	Setuju	4	61	61%	244
3.	Cukup setuju	3	17	17%	51
4.	Tidak setuju	2	2	2%	4
5.	Sangat tidak setuju	1	1	1%	1
Total			100	100%	395
Rata- Rata Skor					3,95
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,7300

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 19 responden (19%), setuju (4) sebanyak 61 responden (61%), cukup setuju (3) sebanyak 17 responden (17%), tidak setuju (2) sebanyak 2 responden (2%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,95 (cenderung setuju).

2. X2 (Pembelian yang berulang)

a. Pembeli akan membeli produk lebih banyak

**Tabel 4.18**  
Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X2.1 *Offline*

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	16	16%	80
2.	Setuju	4	54	54%	216
3.	Cukup setuju	3	27	27%	81
4.	Tidak setuju	2	2	2%	4
5.	Sangat tidak setuju	1	1	1%	1
Total			100	100%	382
Rata- Rata Skor					3,82
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,7572

*Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013*

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 16 responden (16%), setuju (4) sebanyak 54 responden (54%), cukup setuju (3) sebanyak 27 responden (27%), tidak setuju (2) sebanyak 2 responden (2%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,82 (cenderung setuju).

b. Pembeli akan membeli kembali produk

**Tabel 4.19**  
Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X2.2 *Offline*

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	15	15%	75
2.	Setuju	4	65	65%	260
3.	Cukup setuju	3	18	18%	54
4.	Tidak setuju	2	1	1%	2
5.	Sangat tidak setuju	1	1	1%	1



Total	100	100%	392
Rata- Rata Skor			3,92
Skor Minimum			1
Skor Maksimum			5
Standar Deviasi			0,6769

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 15 responden (15%), setuju (4) sebanyak 65 responden (65%), cukup setuju (3) sebanyak 18 responden (18%), tidak setuju (2) sebanyak 1 responden (1%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,92 (cenderung setuju).

- c. Pembeli mendapat rekomendasi dari orang sekitar

**Tabel 4.20**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X2.3 Offline**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	19	19%	95
2.	Setuju	4	57	57%	228
3.	Cukup setuju	3	19	19%	57
4.	Tidak setuju	2	4	4%	8
5.	Sangat tidak setuju	1	1	1%	1
Total			100	100%	389
Rata- Rata Skor					3,89
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,7900

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 19 responden (19%), setuju (4) sebanyak 57 responden (57%), cukup setuju (3) sebanyak 19 responden (19%), tidak setuju (2) sebanyak 4 responden (4%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,89 (cenderung setuju).

3. X3 (Bertahan menggunakan produk)

a. Pengalaman pelanggan dengan kepuasan utuh ketika melakukan transaksi

**Tabel 4.21**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X3.1 Offline**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	22	22%	110
2.	Setuju	4	57	57%	228
3.	Cukup setuju	3	17	17%	51
4.	Tidak setuju	2	2	2%	4
5.	Sangat tidak setuju	1	2	2%	2
Total			100	100%	395
Rata- Rata Skor					3,95
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,8087

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 22 responden (22%), setuju (4) sebanyak 57 responden (57%), cukup setuju (3) sebanyak 17 responden (17%), tidak setuju (2) sebanyak 2 responden (2%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 2 responden (2%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,95 (cenderung setuju).

b. Kesetiaan untuk mengembangkan hubungan dengan perusahaan

**Tabel 4.22**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X3.2 Offline**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	12	12%	60
2.	Setuju	4	54	54%	216
3.	Cukup setuju	3	28	28%	84
4.	Tidak setuju	2	3	3%	6
5.	Sangat tidak setuju	1	3	3%	3

Total	100	100%	369
Rata- Rata Skor			3,69
Skor Minimum			1
Skor Maksimum			5
Standar Deviasi			0,8372

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 12 responden (12%), setuju (4) sebanyak 54 responden (54%), cukup setuju (3) sebanyak 28 responden (28%), tidak setuju (2) sebanyak 3 responden (3%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 3 responden (3%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,69 (cenderung setuju).

c. Kesiediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain

**Tabel 4.23**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X3.3 Offline**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	21	21%	105
2.	Setuju	4	60	60%	240
3.	Cukup setuju	3	16	16%	48
4.	Tidak setuju	2	2	2%	4
5.	Sangat tidak setuju	1	1	1%	1
Total			100	100%	398
Rata- Rata Skor					3,98
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,7383

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 21 responden (21%), setuju (4) sebanyak 60 responden (60%), cukup setuju (3) sebanyak 16 responden (16%), tidak setuju (2) sebanyak 2 responden (2%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan

nilai rata-rata 3,98 (cenderung setuju).

- d. Penolakan untuk berpaling dari produk.

**Tabel 4.24**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X3.4 Offline**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5/	8	8%	40
2.	Setuju	4	42	42%	168
3.	Cukup setuju	3	40	40%	120
4.	Tidak setuju	2	9	9%	18
5.	Sangat tidak setuju	1	1	1%	1
Total			100	100%	347
Rata- Rata Skor					3,47
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,8097

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 8 responden (8%), setuju (4) sebanyak 42 responden (42%), cukup setuju (3) sebanyak 40 responden (40%), tidak setuju (2) sebanyak 9 responden (9%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,47 (cenderung cukup setuju).

4. X4 (Mereferensikan kepada orang lain)
- a. Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan dan produk kepada orang lain

**Tabel 4.25**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X4.1 Offline**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	24	24%	120
2.	Setuju	4	59	59%	236
3.	Cukup setuju	3	15	15%	45
4.	Tidak setuju	2	1	1%	2

5.	Sangat tidak setuju	1	1	1%	1
Total			100	100%	404
Rata- Rata Skor					4,04
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,7236

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 24 responden (24%), setuju (4) sebanyak 59 responden (59%), cukup setuju (3) sebanyak 15 responden (15%), tidak setuju (2) sebanyak 1 responden (1%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 4,04 (cenderung setuju).

b. Rekomendasi jasa atau produk kepada orang lain

**Tabel 4.26**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X4.2 Offline**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	19	19%	95
2.	Setuju	4	64	64%	256
3.	Cukup setuju	3	14	14%	42
4.	Tidak setuju	2	2	2%	4
5.	Sangat tidak setuju	1	1	1%	1
Total			100	100%	398
Rata- Rata Skor					3,98
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,7104

Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 19 responden (19%), setuju (4) sebanyak 64 responden (64%), cukup setuju (3) sebanyak 14 responden (14%), tidak setuju (2) sebanyak 2 responden (2%), dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 1 responden (1%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,98 (cenderung setuju).

- c. Dorongan terhadap teman atau relasi untuk melakukan pembelian terhadap produk

**Tabel 4.27**  
**Frekuensi Kuesioner dan Statistik Deskriptif X4.3 Offline**

No	Pilihan	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	22	22%	110
2.	Setuju	4	57	57%	228
3.	Cukup setuju	3	19	19%	57
4.	Tidak setuju	2	2	2%	4
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Total			100	100%	399
Rata- Rata Skor					3,99
Skor Minimum					2
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,7035

*Sumber: Data Primer diolah Microsoft Excel 2013*

Analisis: dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab dengan jawaban sangat setuju (5) sebanyak 22 responden (22%), setuju (4) sebanyak 57 responden (57%), cukup setuju (3) sebanyak 19 responden (19%), dan tidak setuju (2) sebanyak 2 responden (2%). Dari 100 responden dengan nilai rata-rata 3,99 (cenderung setuju).

#### **E. Teknik Perhitungan Analisa Perbandingan**

Data yang didapat dari penelitian, kemudian dianalisis untuk memperoleh jawaban. Sebelum melakukan uji penelitian, peneliti melakukan pengujian instrument. Pengujian instrument berguna untuk mengetui tingkat validitas dan reliabelnya selanjutnya melakukan uji asumsi klasik dan uji perbedaan dua rata-rata. Untuk lebih jelasnya sebagai berikut:

## 1. Uji Instrumen Penelitian

Hasil uji instrument terhadap pernyataan angket kepuasan konsumen pada pembelian *online* dan *offline* sebagai berikut:

### a. Uji Validitas

#### 1) Pembelian *Online*

Dari hasil output uji validitas dengan bantuan SPSS.16 diatas dapat disimpulkan seperti tabel dibawah ini dengan keputusan koefisien korelasi *product moment*  $> r$  tabel ( $\alpha$  ; n-2), atau Nilai sig  $\leq \alpha$ . Sehingga dari hasil output dapat disimpulkan sebagai berikut:

**Tabel 4.28**  
**Hasil Uji Validitas Angket Pembelian *Online***

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,718	0,1966	Valid
2.	0,714	0,1966	Valid
3.	0,741	0,1966	Valid
4.	0,682	0,1966	Valid
5.	0,764	0,1966	Valid
6.	0,581	0,1966	Valid
7.	0,723	0,1966	Valid
8.	0,781	0,1966	Valid
9.	0,668	0,1966	Valid
10.	0,542	0,1966	Valid
11.	0,811	0,1966	Valid
12.	0,803	0,1966	Valid
13.	0,526	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

#### 2) Pembelian *Offline*

Dari hasil output uji validitas dengan bantuan SPSS 16 diatas dapat disimpulkan seperti tabel dibawah ini dengan keputusan koefisien korelasi *product moment*  $> r$  tabel ( $\alpha$  ; n-2), atau Nilai sig  $\leq \alpha$ . Sehingga dari hasil output dapat disimpulkan sebagai berikut:

**Tabel 4.29**  
**Hasil Uji Validitas Angket Pembelian Offline**

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,424	0,1966	Valid
2.	0,446	0,1966	Valid
3.	0,609	0,1966	Valid
4.	0,609	0,1966	Valid
5.	0,785	0,1966	Valid
6.	0,559	0,1966	Valid
7.	0,750	0,1966	Valid
8.	0,767	0,1966	Valid
9.	0,784	0,1966	Valid
10.	0,598	0,1966	Valid
11.	0,778	0,1966	Valid
12.	0,763	0,1966	Valid
13.	0,641	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

b. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validasi, langkah selanjutnya adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas ini di uji dengan bantuan SPSS.16 dengan rumus *Cronbach Alpha*. Jika nilai lebih dari 0,6 berarti data reliabel.

1) Pembelian Online

**Tabel 4.30**  
**Hasil Uji Reliabilitas Angket Pembelian Online**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	13

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Dari hasil uji reliabilitas diatas, diperoleh nilai koefisien *cronbach*



*alpha* sebesar 0,911. Nilai ini lebih besar dari 0,6. Dengan demikian data angket yang telah diteliti dinyatakan reliabel.

## 2) Pembelian *Offline*

**Tabel 4.31**  
**Hasil Uji Reliabilitas Angket Pembelian *Offline***

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	13

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Dari hasil uji reliabilitas diatas, diperoleh nilai koefisien *cronbach alpha* sebesar 0,890. Nilai ini lebih besar dari 0,6. Dengan demikian data angket yang telah diteliti dinyatakan reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

#### 1) X1 (Harapan dan realita)

**Tabel 4.32**  
**Hasil Uji Normalitas Variabel Harapan dan Realita**

**Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
X1Online	.169	100	.000	.893	100	.000
X1Offline	.181	100	.000	.939	100	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-smirnov diatas menunjukkan bahwa nilai Sig. variabel harapan dan realita sebesar  $0,000 < 0,05$  berdasarkan kriteria pengujian maka data berdistribusi tidak normal.

## 2) X2 (Pembelian yang berulang)

**Tabel 4.33**  
**Hasil Uji Normalitas Variabel Pembelian yang Berulang**

**Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
X2Online	.213	100	.000	.938	100	.000
X2Offline	.194	100	.000	.943	100	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-smirnov diatas menunjukkan bahwa nilai Sig. variabel harapan dan realita sebesar  $0,000 < 0,05$  berdasarkan kriteria pengujian maka data berdistribusi tidak normal.

## 3) X3 (Bertahan menggunakan produk)

**Tabel 4.34**  
**Hasil Uji Normalitas Variabel Bertahan Menggunakan Produk**

**Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
X3Online	.133	100	.000	.970	100	.023
X3Offline	.161	100	.000	.924	100	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-smirnov diatas menunjukkan bahwa nilai Sig. variabel harapan dan realita sebesar  $0,000 < 0,05$  berdasarkan kriteria pengujian maka data berdistribusi tidak normal.

## 4) X4 (Mereferensikan kepada orang lain)

**Tabel 4.35**  
**Hasil Uji Normalitas Variabel Mereferensikan kepada Orang Lain**

**Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X4Online	.207	100	.000	.922	100	.000
X4Offline	.242	100	.000	.892	100	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-smirnov diatas menunjukkan bahwa nilai Sig. variabel harapan dan realita sebesar  $0,000 < 0,05$  berdasarkan kriteria pengujian maka data berdistribusi tidak normal.

## b. Uji Homogenitas

## 1) X1 (Harapan dan Realita)

**Tabel 4.36**  
**Hasil Uji Homogenitas Variabel Harapan dan Realita**  
**Test of Homogeneity of Variances**

Pembelian\_X1

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.415	1	198	.122

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Dari tabel *test of homogeneity of variances* dapat diketahui signifikansi sebesar 0,122. nilai ini menunjukkan bahwa nilai  $\text{sig} > \alpha = 0,122 > 0,05$ , maka tidak ada perbedaan varian dari beberapa kelompok data yang artinya data homogen.

## 2) X2 (Pembelian yang berulang)

**Tabel 4.37**  
**Hasil Uji Homogenitas Variabel Pembelian yang Berulang**  
**Test of Homogeneity of Variances**

Pembelian_X2			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.002	1	198	.963

*Sumber: Data Primer diolah SPSS.16*

Dari tabel *test of homogeneity of variances* dapat diketahui signifikansi sebesar 0,963. nilai ini menunjukkan bahwa nilai  $\text{sig} > \alpha = 0,963 > 0,05$  maka tidak ada perbedaan varian dari beberapa kelompok data yang artinya data homogen.

## 3) X3 (Bertahan menggunakan produk)

**Tabel 4.38**  
**Hasil Uji Homogenitas Variabel Bertahan Menggunakan Produk**  
**Test of Homogeneity of Variances**

Pembelian_X3			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.065	1	198	.799

*Sumber: Data Primer diolah SPSS.16*

Dari tabel *test of homogeneity of variances* dapat diketahui signifikansi sebesar 0,799. nilai ini menunjukkan bahwa nilai  $\text{sig} > \alpha = 0,799 > 0,05$  maka tidak ada perbedaan varian dari beberapa kelompok data yang artinya data homogen.

## 4) X4 (Mereferensikan kepada orang lain)

**Tabel 4.39**  
**Hasil Uji Homogenitas Variabel Mereferensikan kepada Orang Lain**  
**Test of Homogeneity of Variances**

Pembelian_X4			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.149	1	198	.700

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Dari tabel *test of homogeneity of variances* dapat diketahui signifikansi sebesar 0,700. nilai ini menunjukkan bahwa nilai  $\text{sig} > \alpha = 0,700 > 0,05$  maka tidak ada perbedaan varian dari beberapa kelompok data yang artinya data homogen

## 3. Uji Perbedaan Dua Rata-rata

## a. X1 (Harapan dan realita)

Karena berdasarkan uji normalitas data tidak berdistribusi normal, sehingga pada analisis data menggunakan uji Wilcoxon dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.40**  
**Hasil Wilcoxon Signed Rank Test Descriptive Output Variabel Harapan dan Realita**  
**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
X1Online	100	10.93	2.026	3	15
X1Offline	100	12.28	1.609	8	15

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Tabel *descriptive statistic* diatas menunjukkan nilai mean, standar deviasi, nilai minimum dan nilai maksimum dari masing-masing kelompok

data. Terlihat bahwa nilai mean dari pembelian *offline* sebesar 12,28 hal ini lebih besar dari pembelian *online* dimana nilainya sebesar 10,93.

**Tabel 4.41**  
**Hasil Wilcoxon Signed Rank Test Output Variabel Harapan dan Realita**

Test Statistics <sup>b</sup>	
	X1Offline - X1Online
Z	-5.633 <sup>a</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Berdasarkan hasil dari perhitungan *Wilcoxon Signed Rank Test* dihasilkan nilai Z sebesar -5,633 dengan nilai Sig. sebesar 0,000 dimana nilainya kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak yang berarti kepuasan konsumen pada harapan dan realita terdapat perbedaan yang signifikan antara pembelian *online* dan pembelian *offline* produk jilbab.

b. X2 (Pembelian yang berulang)

Karena berdasarkan uji normalitas data tidak berdistribusi normal, sehingga pada analisis data menggunakan uji Wilcoxon dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.42**  
**Hasil Wilcoxon Signed Rank Test Descriptive Output Variabel Pembelian yang Berulang**

Descriptive Statistics					
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
X2Online	100	11.56	1.690	6	15
X2Offline	100	11.63	1.704	7	15

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Tabel *descriptive statistic* diatas menunjukkan nilai mean, standar deviasi, nilai minimum dan nilai maksimum dari masing-masing kelompok data. Terlihat bahwa nilai mean dari pembelian *offline* sebesar 11,63 hal ini lebih besar dari pembelian *online* dimana nilainya sebesar 11,56.

**Tabel 4.43**  
**Hasil Wilcoxon Signed Rank Test Output Variabel Pembelian yang Berulang**  
**Test Statistics<sup>b</sup>**

	X2Offline - X2Online
Z	-.789 <sup>a</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.430

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Berdasarkan hasil dari perhitungan *Wilcoxon Signed Rank Test* dihasilkan nilai Z sebesar -0,789 dengan nilai Sig. sebesar 0,430 dimana nilainya lebih dari 0,05 maka  $H_0$  diterima yang berarti kepuasan konsumen pada pembelian yang berulang tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pembelian *online* dan pembelian *offline* produk jilbab.

c. X3 (Bertahan menggunakan produk)

Karena berdasarkan uji normalitas data tidak berdistribusi normal, sehingga pada analisis data menggunakan uji Wilcoxon dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.44**  
**Hasil Wilcoxon Signed Rank Test Descriptive Output Variabel Bertahan Menggunakan**  
**Produk**

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
X3Online	100	14.74	2.241	8	20
X3Offline	100	15.09	2.515	4	20

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Tabel *descriptive statistic* diatas menunjukkan nilai mean, standar deviasi, nilai minimum dan nilai maksimum dari masing-masing kelompok data. Terlihat bahwa nilai mean dari pembelian *offline* sebesar 15,09 hal ini lebih besar dari pembelian *online* dimana nilainya sebesar 14,74.

**Tabel 4.45**  
**Hasil Wilcoxon Signed Rank Test Output Variabel Bertahan Menggunakan Produk Test Statistics<sup>b</sup>**

	X3Offline - X3Online
Z	-1.805 <sup>a</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.071

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Berdasarkan hasil dari perhitungan *Wilcoxon Signed Rank Test* dihasilkan nilai Z sebesar -1,805 dengan nilai Sig. sebesar 0,071 dimana nilainya lebih dari 0,05 maka Ho diterima yang berarti kepuasan konsumen pada bertahan menggunakan produk tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pembelian *online* dan pembelian *offline* produk jilbab.

d. X4 (Mereferensikan kepada orang lain)

Karena berdasarkan uji normalitas data tidak berdistribusi normal, sehingga pada analisis data menggunakan uji Wilcoxon dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.46**  
**Hasil Wilcoxon Signed Rank Test Descriptive Output Variabel Mereferensikan Kepada Orang Lain**

Descriptive Statistics					
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
X4Online	100	11.83	1.815	6	15
X4Offline	100	12.01	1.856	6	15



Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Tabel *descriptive statistic* diatas menunjukkan nilai mean, standar deviasi, nilai minimum dan nilai maksimum dari masing-masing kelompok data. Terlihat bahwa nilai mean dari pembelian *offline* sebesar 12,01 hal ini lebih besar dari pembelian *online* dimana nilainya sebesar 11,83.

**Tabel 4.47**  
**Hasil Wilcoxon Signed Rank Test Output Variabel Mereferensikan kepada Orang Lain**  
**Test Statistics<sup>b</sup>**

	X4Offline - X4Online
Z	-1.226 <sup>a</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.220

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

Sumber: Data Primer diolah SPSS.16

Berdasarkan hasil dari perhitungan *Wilcoxon Signed Rank Test* dihasilkan nilai Z sebesar -1,226 dengan nilai Sig. sebesar 0,220 dimana nilainya lebih dari 0,05 maka Ho diterima yang berarti kepuasan konsumen pada mereferensikan kepada orang lain tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pembelian *online* dan pembelian *offline* produk jilbab.