

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kota Yogyakarta

Kota Yogyakarta berkedudukan sebagai ibukota Propinsi DIY dan merupakan satu-satunya daerah tingkat II yang berstatus Kota di samping 4 daerah tingkat II lainnya yang berstatus Kabupaten. Kota Yogyakarta terletak ditengah-tengah Propinsi DIY, dengan batas-batas wilayah sebagai berikut

Sebelah utara : Kabupaten Sleman

Sebelah timur : Kabupaten Bantul & Sleman

Sebelah selatan : Kabupaten Bantul

Sebelah barat : Kabupaten Bantul & Sleman

Wilayah Kota Yogyakarta terbentang antara $110^{\circ} 24' 19''$ sampai $110^{\circ} 28' 53''$ Bujur Timur dan $7^{\circ} 49' 26''$ sampai $07^{\circ} 15' 24''$ Lintang Selatan dengan ketinggian rata-rata 114 m diatas permukaan laut

1. Keadaan Alam

Secara garis besar Kota Yogyakarta merupakan dataran rendah dimana dari barat ke timur relatif datar dan dari utara ke selatan memiliki kemiringan ± 1 derajat, serta terdapat 3 (tiga) sungai yang melintas Kota Yogyakarta, yaitu :

Sebelah timur adalah Sungai Gajah Wong

Bagian tengah adalah Sungai Code

Sebelah barat adalah Sungai Wirobraja

2. Luas Wilayah

Kota Yogyakarta memiliki luas wilayah tersempit dibandingkan dengan daerah tingkat II lainnya, yaitu 32,5 Km² yang berarti 1,025% dari luas wilayah Propinsi DIY. Dengan luas 3.250 hektar tersebut terbagi menjadi 14 Kecamatan, 45 Kelurahan, 617 RW, dan 2.531 RT, serta dihuni oleh 489.000 jiwa (data per Desember 1999) dengan kepadatan rata-rata 15.000 jiwa/Km². Dalam penelitian ini penulis hanya mengambil 4 kecamatan yaitu Kotagede, Umbulharjo, Mantrijeron, dan Gendingan.

3. Tipe Tanah

Kondisi tanah Kota Yogyakarta cukup subur dan memungkinkan ditanami berbagai tanaman pertanian maupun perdagangan, disebabkan oleh letaknya yang berada didataran lereng gunung Merapi (fluvia volcanic foot plain) yang garis besarnya mengandung tanah regosol atau tanah vulkanis muda Sejalan dengan perkembangan Perkotaan dan Pemukiman yang pesat, lahan pertanian Kota setiap tahun mengalami penyusutan. Data tahun 1999 menunjukkan penyusutan 7,8% dari luas area Kota Yogyakarta (3.249,75) karena beralih fungsi, (lahan pekarangan)

4. Iklim

Tipe iklim "AM dan AW", curah hujan rata-rata 2.012 mm/thn dengan 119 hari hujan, suhu rata-rata 27,2°C dan kelembaban rata-rata 70%. Angin pada umumnya bertiup angin muson dan pada musim

hujan bertiup angin barat daya dengan arah 220° bersifat basah dan mendatangkan hujan, pada musim kemarau bertiup angin muson tenggara yang agak kering dengan arah $\pm 90^\circ - 140^\circ$ dengan rata-rata kecepatan 5-16 knot/jam

5. Demografi

Pertambahan penduduk Kota dari tahun ke tahun cukup tinggi, pada akhir tahun 1999 jumlah penduduk Kota 490.433 jiwa dan sampai pada akhir Juni 2000 tercatat penduduk Kota Yogyakarta sebanyak 493.903 jiwa dengan tingkat kepadatan rata-rata $15.197/\text{km}^2$ Angka harapan hidup penduduk Kota Yogyakarta menurut jenis kelamin, laki-laki usia 72,25 tahun dan perempuan usia 76,31 tahun.

B. Keadaan Wilayah

Wilayah DIY ini berada dibagian tengah Pulau Jawa, termasuk zone tengah bagian selatan dari formasi geologi Jawa Tengah dan Jawa Timur. Secara astronomi, daerah ini terletak di antara $7033'LS - 8012'LS$, yang mencakup wilayah bekas Swapraja Kesultanan Yogyakarta, wilayah bekas Swapraja Kadipaten Pakualaman dan tiga daerah yang semula termasuk wilayah Jawa Tengah, yakni bekas daerah *enclave* Kapanewon di Gunungkidul, daerah *enclave* Kawedanan Imogiri dan daerah *enclave* Kapanewon di Bantul.

Secara administratif, keseluruhan wilayah tersebut berbatasan dengan Kabupaten Magelang (di sebelah barat laut), Kabupaten Klaten (di sebelah

timur), Kabupaten Wonogiri (di sebelah tenggara), Samudra Indonesia (di sebelah selatan), dan Kabupaten Purworejo (di sebelah barat).

Luas keseluruhan wilayah DIY sekitar 3.185,80 km², yang terbagi dalam lima wilayah administratif daerah tingkat II, yaitu:

1. Kotamadya Yogyakarta dengan luas 32,5 km²
2. Kabupaten Bantul dengan luas 506,85 km²
3. Kabupaten Kulonprogo dengan luas 586,27 km²
4. Kabupaten Gunungkidul dengan luas 1.485,36 km²
5. Kabupaten Sleman dengan luas 574,82 km²

Secara geografis, wilayah DIY tersusun atas empat satuan, yaitu Pegunungan Selatan, Gunung Api Merapi, daratan rendah antara Pegunungan Selatan dan Pegunungan Kulonprogo, dan Pegunungan Kulonprogo dan dataran rendah selatan. Masyarakat Kota Yogyakarta secara umum mempunyai tingkat pendapatan yang cukup tinggi dan hampir setiap rumah mempunyai televisi (TV). Hal ini dilatar belakangi oleh masyarakat Yogyakarta banyak mempunyai kos-kosan, sehingga pendapatan masyarakat Yogyakarta bertambah dan mereka kebanyakan mempunyai tingkat pendidikan yang tinggi, sehingga mereka membutuhkan informasi yang actual salah satunya dengan mempunyai TV

C. Analisis Diskriptif

Analisis diskriptif bertujuan untuk menjelaskan atau menerangkan tentang gambaran obyek yang diteliti, serta memberikan informasi mengenai keadaan dari pendapat para responden. Analisis ini dipakai untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Dalam analisis ini disajikan data-data dalam bentuk distribusi frekuensi, data yang diteliti hanya diskriptif. Pengujian-pengujian dalam penelitian ini menggunakan skor dan tabel-tabel distribusi frekuensi.

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 100 lembar, dan kembali 97 lembar. Setelah diperiksa kembali, kuesioner sebanyak 97 responden layak untuk ditindak lanjuti, sehingga dalam analisis ini yang akan di bahas adalah karakteristik responden sebanyak 97 orang. Karakteristik responden dalam penelitian ini didasarkan pada faktor demografis meliputi jenis kelamin, pendapatan per bulan dan umur akan diuraikan sebagai berikut :

1. Responden Berdasar Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	54	55.7	55.7	55.7
	Perempuan	43	44.3	44.3	100.0
Total		97	100.0	100.0	

Sumber : Data primer diolah, 2007

Berdasarkan tabel 4.1 di atas paling banyak adalah responden yang mempunyai jenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 55,7%, sedangkan perempuan sebesar 44,3%.

2. Responden Berdasar Pendapatan Per Bulan

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Pendapatan Per Bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang dari 500 ribu	15	15.5	15.5	15.5
Antara 500 ribu - 999 ribu	37	38.1	38.1	53.6
Antara 1 juta - 1,5 juta	31	32.0	32.0	85.6
Lebih dari 1,5 juta	14	14.4	14.4	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Sumber : Data primer diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa pendapatan perbulan responden paling banyak adalah sebesar antara 500 ribu – 999 ribu yaitu sebesar 38,1%, pendapatan antara 1 juta – 1,5 juta yaitu sebesar 32,0, pendapatan kurang dari 500 ribu yaitu sebesar 15,5% dan pendapatan lebih dari 1,5 juta yaitu sebesar 14,4%.

3. Responden Berdasar Umur

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang dari 17 tahun	6	6.2	6.2	6.2
Antara 17 tahun - 23 tahun	20	20.6	20.6	26.8
Antara 24 tahun - 30 tahun	57	58.8	58.8	85.6
Lebih dari 30 tahun	14	14.4	14.4	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa responden paling banyak berumur antara 24 – 30 tahun yaitu sebesar 58,8%, responden yang berumur antara 17 – 23 tahun yaitu sebesar 20,6%, responden yang berumur lebih dari 30 tahun yaitu sebesar 14,4% dan responden yang berumur kurang dari 17 yaitu sebesar 6,2%.

D. Analisis Kuantitatif

1. Uji Validitas

Hasil dari olah data dengan menggunakan program SPSS versi 13.0 for Windows dapat dilihat uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Validitas
97 Responden

Produk	Item Pertanyaan	Person Correlations (Sig.)	Keterangan
Panasonic	Q ₁	0,000	Valid
	Q ₂	0,030	Valid
	Q ₃	0,000	Valid
	Q ₄	0,003	Valid
	Q ₅	0,003	Valid
	Q ₆	0,033	Valid
	Q ₇	0,005	Valid
	Q ₈	0,004	Valid
	Q ₉	0,003	Valid
	Q ₁₀	0,000	Valid
Sharp	Q ₁	0,001	Valid
	Q ₂	0,019	Valid
	Q ₃	0,027	Valid
	Q ₄	0,000	Valid
	Q ₅	0,000	Valid
	Q ₆	0,000	Valid
	Q ₇	0,031	Valid

	Q ₈	0,028	Valid
	Q ₉	0,000	Valid
	Q ₁₀	0,026	Valid
Sony	Q ₁	0,000	Valid
	Q ₂	0,000	Valid
	Q ₃	0,026	Valid
	Q ₄	0,000	Valid
	Q ₅	0,000	Valid
	Q ₆	0,000	Valid
	Q ₇	0,012	Valid
	Q ₈	0,002	Valid
	Q ₉	0,000	Valid
	Q ₁₀	0,000	Valid

Sumber : Data olahan, 2007

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa pertanyaan untuk TV Panasonic, Sharp dan Sony adalah valid, karena nilai Sig. < 5%.

2. Uji Reliabilitas

Hasil dari olah data dengan menggunakan program SPSS versi 13.0 for Windows dapat dilihat hasil reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.5
Uji Reliabilitas
97 Responden

Variabel	Alpha	R Kritis	Keterangan
Panasonic	0,631	0,60	Reliabel
Sharp	0,696	0,60	Reliabel
Sony	0,629	0,60	Reliabel

Sumber: Data olahan, 2007

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa item-item pertanyaan Panasonic, Sharp dan Sony adalah semua nilai alpha (α) lebih besar dari

pada 0,60, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel item-item pertanyaan artinya model dalam penelitian ini memiliki derajat kesesuaian.

3. Uji Cochran

Uji Cochran digunakan untuk menetapkan keberadaan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dengan data yang dianalisis berupa skala pengukuran nominal, misalnya informasi ya. Hasil analisis SPSS versi 13.0 for windows adalah sebagai berikut:

a. Panasonic

Tabel 4.6
Panasonic

Test Statistics

N	97
Cochran's Q	7.013 ^a
df	9
Asymp. Sig.	.008

a. 1 is treated as a success.

Dari table 4.6 menunjukkan bahwa asosiasi merek televisi Panasonic mempunyai proporsi jawaban "ya" yang berbeda, artinya dari 97 responden, konsumen berbeda-beda dalam memandang ke 10 atribut TV Panasonic. Hal ini dibuktikan dengan nilai Cochran's $Q > X^2$ yaitu $7,013 > 1,98$ atau nilai Asymp. Sig. $> \alpha$ ($0,008 < 0,05$) yang berarti H_0 ditolak artinya ada perbedaan masyarakat dalam memandang TV Panasonic.

b. Sharp

Tabel 4.7
Sharp

N	97
Cochran's Q	12.152 ^a
df	9
Asymp. Sig.	.010

a. 1 is treated as a success.

Dari table 4.7 menunjukkan bahwa asosiasi merek televisi Sharp mempunyai proporsi jawaban "ya" yang berbeda. Artinya dari 97 responden, merk berbeda-beda dalam memandang ke 10 atribut TV Sharp. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Cochran's Q* > X^2 yaitu $12,152 > 1,98$ atau *Asymp. Sig.* > α ($0,010 < 0,05$) yang berarti H_0 ditolak artinya ada perbedaan masyarakat dalam memandang TV Sharp

c. Sony

Tabel 4.6
Sony

N	97
Cochran's Q	20.604 ^a
df	9
Asymp. Sig.	.015

a. 1 is treated as a success.

Dari table 4.8 menunjukkan bahwa asosiasi merek televisi Sony mempunyai proporsi jawaban "ya" yang sama. Artinya dari 97

responden, merk sama-sama dalam memandang ke 10 atribut TV Sony. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Conchran's Q* > X^2 yaitu $20,604 > 1,98$ atau *Asymp. Sig.* > α ($0,015 < 0,05$) yang berarti H_0 ditolak artinya ada perbedaan masyarakat dalam memandang TV Sony.

Jadi dapat disimpulkan bahwa ketiga merek televisi yaitu Panasonic, Sharp dan Sony tidak ada perbedaan dalam hal memiliki suara yang bagus, kualitas produk yang terbaik, jaringan service terbaik, daya tahan paling lama, harga produk terjangkau, flat, memiliki bentuk design yang bagus, memiliki gambar yang bagus, hemat energi disetiap memandang TV.

4. Uji *Chi Square*

Dalam analisis kuantitatif ini penulis menganalisis dengan menggunakan *Chi Square*. Analisis *Chi Square* digunakan untuk mengetahui hubungan antara karakteristik konsumen dengan atribut TV.

$X^2_{hitung} < X^2_{tabel}$ = H_0 diterima

$X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$ = H_0 ditolak

Perhitungan *Chi Square* untuk hubungan karakteristik konsumen dengan atribut TV, dikerjakan dengan *software SPSS for Windows Release 13.0*. Hasil pengolahan dapat disajikan dalam tabel berikut:

1. Panasonic

	Panasonic	Jenis Kelamin	Pendapatan Per Bulan	Umur
Chi-Square ^{a,b,c}	85.351	11.227	15.443	63.041
df	7	1	3	3
Asymp. Sig.	.000	.014	.021	.000

- a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 12.1.
- b. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 48.5.
- c. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 24.3.

Panasonic berdasarkan karakteristik konsumen menurut jenis kelamin, pendapatan per bulan dan umur menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang mempersepsikan bahwa merk TV Panasonic mempunyai perbedaan dalam mempersepsikan TV. Hal ini dikarenakan nilai Sig. pada karakteristik responden jenis kelamin lebih kecil dari pada 5% ($0,014 < 0,05$).

Sedangkan pada karakteristik responden pendapatan per bulan dan umur menunjukkan bahwa merk TV Panasonic mempunyai perbedaan dalam mempersepsikan TV. Hal ini dikarenakan nilai Sig. pada karakteristik responden jenis kelamin lebih kecil dari pada pada 5% yaitu untuk karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan yaitu sebesar $0,021 < 0,05$ dan untuk karakteristik responden berdasarkan umur sebesar $0,000 < 0,05$.

2. Sharp

Test Statistics

	Sharp	Jenis Kelamin	Pendapatan Per Bulan	Umur
Chi-Square ^{a,b,c}	29.794	16.247	14.443	53.141
df	6	1	3	3
Asymp. Sig.	.002	.004	.000	.010

- 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 13.9.
- 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 48.5.
- 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 24.3.

Sharp berdasarkan karakteristik konsumen menurut jenis kelamin, pendapatan per bulan dan umur menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang mempersepsikan bahwa merk TV Sharp mempunyai perbedaan dalam mempersepsikan TV. Hal ini dikarenakan nilai Sig. pada karakteristik responden jenis kelamin lebih kecil dari pada 5% ($0,004 < 0,05$).

Sedangkan pada karakteristik responden pendapatan per bulan dan umur menunjukkan bahwa merk TV Sharp mempunyai perbedaan dalam mempersepsikan TV. Hal ini dikarenakan nilai Sig. pada karakteristik responden jenis kelamin lebih kecil dari pada pada 5% yaitu untuk karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan untuk karakteristik responden

3. Sony

Test Statistics

	Sony	Jenis Kelamin	Pendapatan Per Bulan	Umur
Chi-Square ^{a,b,c}	36.361	19.257	19.569	73.245
df	7	1	3	3
Asymp. Sig.	.000	.000	.000	.000

- a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 12.1.
- b. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 48.5.
- c. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 24.3.

Sony berdasarkan karakteristik konsumen menurut jenis kelamin, pendapatan per bulan dan umur menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang mempersepsikan bahwa merk TV Sony mempunyai perbedaan dalam mempersepsikan TV. Hal ini dikarenakan nilai Sig. pada karakteristik responden jenis kelamin lebih kecil dari pada 5% ($0,000 < 0,05$).

Sedangkan pada karakteristik responden pendapatan per bulan dan umur menunjukkan bahwa merk TV Sony mempunyai perbedaan dalam mempersepsikan TV. Hal ini dikarenakan nilai Sig. pada karakteristik responden jenis kelamin lebih kecil dari pada pada 5% yaitu untuk karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan untuk karakteristik responden berdasarkan umur sebesar $0,000 < 0,05$.

E. Pembahasan

Dari hasil analisis data yang diperoleh dapat dijadikan bukti empiris bahwa jenis kelamin, Panasonic dipersepsikan konsumen mempunyai tidak mempunyai perbedaan dengan karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, pendapatan per bulan dan umur responden. Berdasarkan pendapatan per bulan dan umur dipersepsikan konsumen mempunyai perbedaan dalam mempersepsikan TV Panasonic. Jenis kelamin, Sharp dipersepsikan konsumen mempunyai perbedaan dalam mempersepsikan TV Sharp. Sedangkan berdasarkan pendapatan per bulan dan umur dipersepsikan konsumen mempunyai perbedaan dalam mempersepsikan TV Sharp. Jenis kelamin, Sony dipersepsikan konsumen mempunyai perbedaan dalam mempersepsikan TV Sony. Sedangkan berdasarkan pendapatan per bulan dan umur dipersepsikan konsumen mempunyai tidak mempunyai perbedaan dalam mempersepsikan TV Sony.

Panasonic, Sharp dan Sony berdasarkan karakteristik konsumen menurut jenis kelamin, pendapatan per bulan dan umur menunjukkan bahwa hanya karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang mempersepsikan bahwa Panasonic, Sharp dan Sony mempunyai perbedaan dalam mempersepsikan TV. Hal ini dikarenakan nilai Sig. pada karakteristik responden jenis kelamin lebih besar. Sedangkan pada karakteristik responden pendapatan per bulan dan umur menunjukkan bahwa Panasonic, Sharp dan Sony mempunyai perbedaan. Hal ini dikarenakan nilai Sig. pada karakteristik responden jenis kelamin lebih kecil dari pada pada 5%.

Hal ini menunjukkan secara empiris bahwa citra merek memberikan tampilan, manfaat, dan jasa tertentu kepada pembeli, dan karena itu keahlian paling utama dari pemasar adalah kemampuannya untuk menciptakan, memelihara, melindungi dan meningkatkan merek (Phillip Kotler, 2003 dalam Alhari dan Anindya Pramudito, 2005)