BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan

Blackjack 21 industries adalah sebuah Perusahaan yang berjalan di bidang pakaian jadi *(Clothing)* dengan sistem penjualan retail, konsinyasi dan beli putus. Saat ini produk yang *blackjack 21 industries* pasarkan antara lain T-Shirt, *Sweater*, Jaket, Celana Panjang/Pendek, Celana Jeans, Topi, Sandal, Sabuk, Dompet dan Tas.

Kapasitas produksi produk *blackjack* sekitar 50-100 desain per bulan mencakup seluruh jenis produk yg *blackjack* pasarkan.

Blackjack 21 industries memiliki 2 toko berupa DISTRO *(Distribution Store)* yang terletak di Jl. Trunojoyo 19 dan Jl. Trunojoyo 34 Dago – Bandung, serta 22 titik konsinyasi di kota-kota besar di Indonesia.

4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Blackjack 21 industries didirikan sejak tahun 2004 di Jalan Trunojoyo No. 19 Bandung, awalnya *blackjack 21 industries* adalah sebuah *Clothing*. Namun semakin ke sini *blackjack* berkembang menjadi sebuah distro**.** Hal ini karena banyak supplier

barang-barangnya ke distro ini. Sebut saja, Rattle, Platform ataupun Celtic. Karena banyaknya barang-barang dari distro-distro lain ditambah lagi dari *blackjack* sendiri, kemudian di dirikanlah *blackjack* distro kedua di Jalan Trunojoyo no 32 Bandung yang berada tepat di sebrang *blackjack* distro yang pertama.

Blackjack sendiri juga menitipkan barang-barangnya di distro lain dari distro Bandung hingga Jakarta. Untuk di Bandung mereka menitipkan di Arena dan Anonim sedangkan di Jakarta dititipkan di Premium Nation.

Berikut adalah data beberapa produk yang di produksi dan sekaligus di pasarkan oleh blackjack 21 industries Bandung :

Tabel 4.1. Data Produk *blackjack 21 industries*

No	Produk	Macam Produk
1	T-shirt	Male, Female, and Kids
2	Polo Shirt	Male
3	Kemeja	Male & Female
4	Sweater	Male & Female
5	Jaket	Male & Female
6	Celana Pendek	Male & Female

7	Celana Boxer	Male
8	Celana Jeans	Male
9	Topi	Unisex
10	Sandal	Unisex
11	Sabuk	Male
12	Dompet	Male & Female
13	Tas	Male & Female

4.1.1.2. Struktur Organisasi

Struktur adalah suatu bentuk atau bagan yang menunjukan hubungan dan kerja sama antara unit satu dengan lainnya. Organisasi adalah pembinaan hubungan wewenang dan dimaksudkan untuk mencapai koordinasi yang structural, baik secara vertical, maupun secara horizontal di antara posisi – posisi yang telah diserahi tugas-tugas khusus yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan perusahaan, Jadi, organisasi adalah hubungan structural yang mengikat dan menyatukan perusahaan dan kerangka dasar tempat individu – individu berusaha dan dikoordinasi. Sedangkan arti struktur organisasi adalah suatu gambar yang menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi kedudukan dan jenis wewenang pejabat, bidang dan

hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali dan system pimpinan organisasi. Unsur – unsur organisasi terdiri dari manusia, tempat kedudukan, tujuan, pekerjaan, struktur, tekhnologi, dan lingkungan.

Organisasi sangat penting bagi perusahaan kerena merupakan wadah dan alat pelaksanaan proses manajemen dalam mencapai tujuan. Organisasi juga merupakan proses di mana struktur organisasi dibuat dan ditegakan. Proses ini meliputi ketentuan dan kegiatan – kegiatan yang spesifik yang perlu untuk menyelesaikan semua tujuan organisasi, pengelompokan kegiatan tersebut berkaitan dengan susunan yang logis dan tugas dari kelompok kegiatan ini bagi suatu jabatan atau orang yang bertanggung jawab.

Struktur organisasi *blackjack 21 industries* dapat dilihat di lembar lampiran ke 3.

4.1.1.3. Deskripsi Jabatan blackjack 21 industries Bandung

A. Tugas Umum Karyawan *blackjack 21 industries*

1. Seluruh Karyawan diwajibkan hadir 15 menit sebelum toko mulai buka
2. Seluruh Karyawan diwajibkan memakai ID Card (Toko) , Sepatu dan Berpakaian Rapi pada saat jam kerja.
3. Mengikuti Jadwal Piket harian sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, dan hadir 30 menit sebelum toko mulai buka
4. Seluruh Karyawan diharuskan bersikap ramah kepada konsumen

B. Tugas Khusus Karyawan *blackjack 21 industries*

1. **Penjaga Roko *(shop keeper)***
    - Melayani konsumen, menjaga dan mengawasi toko serta menata barang pajangan
    - Mengontrol barang-barang pajangan
    - Mengambil dan meletakkan kembali barang di gudang sesuai dengan merek dan di *packing* kembali dengan rapi
    - Bertanggung jawab atas kehilangan barang di toko
2. **Kasir *(cashier)***
    - Mengurus keuangan dan pembukuan penjualan
    - Membantu *shopkeepe*r bilamana dibutuhkan
    - Menata semua tanda bukti penjualan yang ada baik berupa bon *(cash)* maupun tanda bukti pembayaran dengan kartu kredit
    - Bertanggung jawab memberikan laporan penjualan kepada ADM
3. **Gudang dan distribusi *(warehouse)***
    - Bertanggung jawab atas gudang beserta isinya
    - Bertanggung jawab atas laporan *stock* gudang tiap bulannya
    - Bertanggung jawab atas pendataan semua barang yang keluar dari gudang
    - Mengurus semua stok barang di gudang dan bertanggung jawab atas kehilangan barang di gudang

- Bertanggung jawab atas penataan barang (sesuai dengan merek) dan kebersihan gudang
- Bilamana dibutuhkan diperbantukan di toko

4. ADM Toko

- Bertanggung jawab atas laporan *suplier* dan stok setiap bulannya
- Mencek kembali pembukuan stok barang sesuai dengan merek *supplier*
- Mendata *supply* dan retur
- Bertanggung jawab atas absensi karyawan *blackjack* dan mengerjakan *salary* karyawan setiap bulan

5. ADM Produksi

- Bertanggung jawab atas laporan *stock blackjack* tiap bulannya
- Bertanggung jawab atas barang *blackjack* yang ada di toko maupun di luar toko (dalam kota dan luar kota)
- Bertanggung jawab atas kas harian
- Bertanggung jawab atas hal-hal yang berhubungan dengan *blackjack*

6. Produksi & *Store Manager*

- Bertanggung jawab atas toko dan karyawan toko (SM)
- Bertanggung jawab atas produksi
- Mengecek vendor-vendor produksi
- Mengecek *proofing* yang akan di produksi
- Mengecek kualitas produksi

- Bilamana dibutuhkan diperbantukan di toko
- *Tracing* desain gambar
- *Setting* film sablon

4.1.1.4 Karakteristik Responden

4.1.1.4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Frekuensi	%
Pria	49	61.25%
Wanita	31	38.75%
Total	80	100%

Tabel di atas menggambarkan mengenai frekuensi jenis kelamin responden. Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 80 responden yang diteliti, sebanyak 49 responden (61.25%) berjenis kelamin pria, sedangkan 31 responden (38.75%) berjenis kelamin wanita.

4.1.1.4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil penghitungan data mengenai responden berdasarkan usia, diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel berikut :

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Jawaban Responden	f	%
1	< 15 Tahun	15	18.75
2	16 - 20 Tahun	40	50.0
3	21 - 25 Tahun	17	21.25
4	26-30 Tahun	8	10
Jumlah		**80**	**100**

Tabel di atas menggambarkan mengenai frekuensi usia responden. Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 80 responden yang diteliti, sebanyak 40 responden (50%) berusia 16-20 tahun, 17 responden (21.25%) berusia antara 21 - 25 tahun, 15 responden (18.75%) berusia antara < 15 tahun,sedangkan 8 responden (10%) berusia 26-30 tahun.

4.1.1.4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil penghitungan data mengenai responden berdasarkan pekerjaan, diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jawaban Responden	f	%
1	Wiraswasta	15	18.75
2	Pegawai Swasta	17	21.25
3	Pelajar/Mahasiswa	40	50
4	Lainnya	8	10
Jumlah		**80**	**100**

Tabel di atas menggambarkan mengenai frekuensi pekerjaan responden. Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 80 responden yang diteliti, sebanyak 40 responden (50%) Pelajar/mahasiswa, 17 responden (21.25%) pegawai swasta, 15 responden (18.75%) wiraswasta, sedangkan 8 responden (10%) lainnya.

4.1.1.4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan

Hasil penghitungan data mengenai responden berdasarkan usia penghasilan perbulan, diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan

Pengeluaran per bulan

No	Jawaban Responden	f	%
1	< Rp 500.000	12	9.6
2	Rp 500.000 - Rp 600.000	40	32
3	Rp 600.000 - Rp 700.000	18	14.4
4	> Rp 700.000	10	8
Jumlah		**80**	**100**

Tabel di atas menggambarkan mengenai frekuensi penghasilan responden. Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 80 responden yang diteliti, sebanyak 40 responden (32%) Rp 500.000 - Rp 600.000, 18 responden (14.4%) Rp 600.000 - Rp 700.000, 12 responden (9.6%) < Rp 500.000, 10 responden (8%) > Rp 700.000. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah yang berpenghasilan per bulannya Rp 500.000 - Rp 600.000.

4.2. Hasil Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Ekuitas Merek *blackjack* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *blackjack 21 industries* Bandung

Tanggapan responden terhadap instrumen ekuitas merek *blackjack* pada *blackjack 21 industries* Bandung, maka dapat dilihat melalui jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan kuesioner.

Dalam penelitian ini variabel ekuitas merek digali melalui 4 indikator, yaitu *Brand Awareness* (Kesadaran Merek), *Brand Association* (Asosiasi Merek), *Perceived Quality* (Persepsi Kualitas), dan *Brand Loyalty* (Kesetiaan Merek). Oleh karena itu pembobotan atau pemberian skor untuk jawaban sangat setuju, setuju, cukup, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skor tersebut menunjukkan tingkat ekuitas merek *blackjack* pada *blackjack 21 industries* Bandung di mata konsumennya.

Hasil pengolahan data untuk variabel Ekuitas Merek *blackjack* pada *blackjack 21 industries* Bandung ditunjukkan pada tabel 4.1 dibawah ini :

Tabel 4.6

Hasil Pengolahan Data Untuk Variabel Ekuitas Merek

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Presentase	Kriteria
Brand Awareness	925	1200	77,08%	Baik
Brand Association	882	1200	73.5%	Baik
Perceived Quality	939	1200	78.25%	Baik
Brand Loyalty	870	1200	72.5%	Baik
Jumlah	3616	4800	77,08%	Baik

Sumber : Data Primer yang telah diolah

Berdasarkan hasil *scoring* pada tabel diatas menunjukkan bahwa persentase ekuitas merek *blackjack* pada *blackjack 21 industries* Bandung adalah sebesar 77,08%, dimana angka tersebut berada pada rentang kriteria Baik. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.7

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Tidak Baik
2	36.01 – 52.00	Kurang Baik
3	52.01 – 68.00	Cukup
4	**68.01 – 84.00**	**Baik**
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi mengenai tanggapan responden yang berhubungan dengan variabel ekuitas merek *blackjack* pada *blackjack 21 industries* Bandung, yang terdiri dari indikator *brand awareness* (kesadaran merek), *brand association* (asosiasi merek), *perceived quality* (persepsi kualitas) dan *brand loyalty* (kesetiaan merek).

4.2.1.1. *Brand Awareness* (Kesadaran Merek)

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Tentang Merek *blackjack* Merupakan Merek Pakaian Yang Mudah Untuk Diingat Oleh Konsumen.

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	15	18.8
2	Setuju	48	60.0
3	Cukup	16	20.0
4	Tidak Setuju	1	1.3
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai tanggapan responden tentang merek *blackjack* merupakan merek pakaian yang mudah untuk diingat oleh konsumen. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan setuju sebesar 48 responden (60.0 %) Karena mereka menganggap merek *blackjack* merupakan merek yang mudah di ingat oleh konsumen,

yang menyatakan tidak setuju 1 responden (1.3 %), karena mereka menganggap merek *blackjack* tidak mudah diingat oleh konsumen.

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Tentang Merek *blackjack* Mengingatkan Anda Akan Produk Pakaian.

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	24	30.0
2	Setuju	42	52.5
3	Cukup	14	17.5
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai merek *blackjack* mengingatkan anda akan produk pakaian. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan setuju sebesar 42 responden (52.5 %), karena merek *blackjack* mengingatkan mereka akan produk pakaian, yang menyatakan cukup 14 responden (17.5 %), karena mereka menganggap merek *blackjack* tidak terlalu mengingatkan mereka akan produk pakaian.

Tabel 4.10

Tanggapan Responden Tentang Merek *blackjack* Merupakan Merek Pakaian Yang Paling Diingat Di Setiap Produknya.

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	9	11.3
2	Setuju	23	28.8
3	Cukup	45	56.3
4	Tidak Setuju	3	3.8
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai merek *blackjack* merupakan merek pakaian yang paling di ingat di setiap produknya. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan cukup sebesar 45 responden (56.3 %), karena mereka menganggap merek *blackjack* merupakan merek yang cukup di ingat di setiap produknya, yang menyatakan tidak setuju 3 responden (3.8 %), karena mereka menganggap merek *blackjack* tidak mengingatkan mereka di setiap produknya.

4.2.1.2. *Brand Association* (Asosiasi Merek)

Tabel 4.11

Tanggapan Responden Tentang Produk Merek *blackjack* Dikenal Dengan Desain Yang Berbeda Dengan Merek Lain.

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	9	11.3
2	Setuju	27	33.8
3	Cukup	37	46.3
4	Tidak Setuju	7	8.8
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai merek *blackjack* dikenal dengan desain yang berbeda dengan merek lain. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan cukup sebesar 37 responden (46.3 %), karena mereka menganggap desain produk *blackjack* berbeda dengan merek lainnya, yang menyatakan tidak setuju 7 responden (8.8 %), karena mereka menganggap desain produk *blackjack* sama saja dengan merek lain.

Tabel 4.12

Tanggapan Responden Tentang Produk Merek *blackjack* Dikenal Konsumen Karena *Simple Dan Ellegance.*

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	6	7.5
2	Setuju	55	68.8
3	Cukup	18	22.5
4	Tidak Setuju	1	1.3
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai produk merek *blackjack* dikenal konsumen karena *simple* dan *ellegance.* Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan setuju sebesar 55 responden (68.8 %), karena mereka menganggap produk merek *blackjack* di kenal dengan ciri khasnya yang *simple* dan *ellegance*, yang menyatakan tidak setuju 1 responden (1.3 %), karena mereka menganggap produk merek *blackjack* sama saja dengan merek lain dan tidak mempunyai ciri khas.

Tabel 4.13

Tanggapan Responden Tentang Produk Merek *blackjack* Adalah Untuk Semua Kalangan

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	11	13.8
2	Setuju	38	47.5
3	Cukup	29	36.3
4	Tidak Setuju	2	2.5
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai produk merek *blackjack* adalah untuk semua kalangan. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan setuju sebesar 38 responden (47.5 %), karena mereka menganggap produk merek *blackjack* untuk semua kalangan, yang menyatakan tidak setuju 2 responden (2.5 %), karena mereka menganggap produk merek *blackjack* hanya khusus untuk para remaja.

4.2.1.3. *Perceived Quality* (Persepsi Kualitas)

Tabel 4.14

Tanggapan Responden Mengenai Produk Merek *blackjack* Mempunyai Kelebihan Dibanding Merek Lain

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	15	18.8
2	Setuju	44	55.0
3	Cukup	18	22.5
4	Tidak Setuju	3	3.8
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai produk merek *blackjack* mempunyai kelebihan dibanding merek lain. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan setuju sebesar 44 responden (55.0 %), karena mereka menganggap produk merek *blackjack* mempunyai kelebihan di banding merek lain, yang menyatakan tidak setuju sebesar 3 responden (3.8 %), karena mereka menganggap produk merek *blackjack* sama saja dengan produk merek lain.

Tabel 4.15

Tanggapan Responden Terhadap Harga Produk Merek *blackjack* Sesuai Dengan Kualitas Produknya

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	15	18.8
2	Setuju	57	71.3
3	Cukup	8	10.0
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai harga produk merek *blackjack* sesuai dengan kualitas produknya. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan setuju sebesar 57 responden (71.3 %), karena mereka menganggap harga produk merek *blackjack* sesuai dengan kualitas produknya, yang menyatakan cukup sebesar 8 responden (10.0 %), karena mereka menganggap tidak semua harga produk merek *blackjack* sesuai dengan kualitas produknya.

Tabel 4.16

Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk *blackjack* Menjadi Pilihan Konsumen Dalam Memilih Produk Pakaian.

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	4	5.0
2	Setuju	55	68.8
3	Cukup	19	23.8
4	Tidak Setuju	2	2.5
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai produk merek *blackjack* menjadi pilihan konsumen dalam memilih produk pakaian. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan setuju sebesar 55 responden (68.8 %), karena mereka menganggap kualitas produk merek *blackjack* menjadi alasan mereka dalam memilih produk pakaian, yang menyatakan tidak setuju sebesar 2 responden (2.5 %), karena mereka menganggap kualitas produk *blackjack* bukan menjadi pilihan mereka dalam memilih produk pakaian.

4.2.1.4. *Brand Loyalty* (Kesetiaan Merek)

Tabel 4.17

Tanggapan Responden Mengenai Produk Merek *blackjack* Merupakan Produk Favorit Anda

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	6	7.5
2	Setuju	34	42.5
3	Cukup	40	50.0
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai produk merek *blackjack* merupakan produk favorit anda. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan cukup sebesar 40 responden (50.0 %), karena mereka menganggap produk merek *blackjack* cukup menjadi favorit mereka, yang menyatakan sangat setuju sebesar 6 responden (7.5 %), karena mereka menganggap produk merek *blackjack* menjadi produk favorit mereka.

Tabel 4.18

Tanggapan Responden Mengenai Produk Merek *blackjack* Merupakan Produk Yang Biasa Anda Beli.

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	9	11.3
2	Setuju	27	33.8
3	Cukup	37	46.3
4	Tidak Setuju	7	8.8
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai Produk merek *blackjack* merupakan produk yang biasa anda beli. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan cukup sebesar 37 responden (46.3%), karena mereka menganggap produk merek *blackjack* merupakan produk yang biasa mereka beli, yang menyatakan tidak setuju sebesar 7 responden (8.8%), karena mereka menganggap produk merek *blackjack* bukan mroduk yang biasa mereka beli.

Tabel 4.19

Tanggapan Responden Mengenai Produk Merek *blackjack* Merupakan Merek Yang Anda Suka.

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	6	7.5
2	Setuju	55	68.8
3	Cukup	18	22.5
4	Tidak Setuju	1	1.3
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai Produk merek *blackjack* merupakan merek yang anda suka. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan setuju sebesar 55 responden (68.8%), karena mereka menganggap produk merek blackjack merupakan merek yang mereka suka, yang menyatakan tidak setuju sebesar 1 responden (1.3%), karena mereka menganggap merek blackjack bukan merupakan merek yang mereka suka.

4.2.2. Keputusan Pembelian Konsumen

Dalam penelitian ini variabel pelaksanaan keputusan pembelian konsumen digali melalui 5 indikator, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta perilaku pasca pembelian. Oleh karena itu pembobotan atau pemberian skor untuk jawaban sangat setuju, setuju, cukup, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skor tersebut menunjukkan tingkat keputusan pembelian konsumen pada *blackjack 21 industries* Bandung.

Adapun hasil pengolahan data untuk variabel keputusan pembelian konsumen ditunjukkan pada tabel 4.19 dibawah ini :

Tabel 4.20

Hasil Pengolahan Data Untuk Variabel

Keputusan Pembelian Konsumen

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Presentase	Kriteria
Pengenalan Masalah	522	800	65.25%	Cukup
Pencarian Informasi	524	800	65.5%	Cukup
Evaluasi Alternatif	504	800	63.00%	Cukup
Keputusan Pembelian	552	800	69.00%	Cukup
Perilaku Paska Pembelian	479	800	59.88%	Cukup
Jumlah	2581	4000	64.53%	Cukup

Berdasarkan hasil *scoring* pada tabel diatas menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen pada *blackjack 21 industries* Bandung adalah sebesar 64.53%, dimana angka tersebut berada pada rentang kriteria cukup. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.21

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Tidak Baik
2	36.01 – 52.00	Kurang Baik
3	**52.01 – 68.00**	**Cukup**
4	68.01 – 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

Di bawah ini ditampilkan hasil pengolahan kuesioner tentang keputusan pembelian konsumen.

4.2.2.1. Pengenalan Masalah

Tabel 4.22

Tanggapan Responden Mengenai Anda Membutuhkan Produk *blackjack* Yang Sesuai Dengan Kebutuhan

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	5	6.3
2	Setuju	29	36.3
3	Cukup	36	45.0
4	Tidak Setuju	10	12.5
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai tanggapan anda membutuhkan produk *blackjack* yang sesuai dengan kebutuhan. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan cukup sebesar 36 responden (45.0%), karena mereka membutuhkan produk *blackjack* yang cukup sesuai dengan kebutuhan, yang menyatakan sangat setuju sebesar 5 responden (6.3%), karena mereka membutuhkan produk *blackjack* yang sesuai dengan kebutuhan.

Tabel 4.23

Tanggapan Responden Mengenai AndaTerdorong Untuk Membeli Produk Yang ditawarkan *blackjack*

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	3	3.8
2	Setuju	24	30.0
3	Cukup	36	45.0
4	Tidak Setuju	17	21.3
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai tanggapan anda terdorong untuk membeli produk yang ditawarkan *blackjack.* Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan cukup sebesar 36 responden (45.0%), karena mereka cukup terdorong untuk membeli produk yang di tawarkan oleh *blackjack*, yang menyatakan sangat setuju sebesar 3 responden (3.8%), karena mereka merasa terdorong untuk membeli produk yang *blackjack* tawarkan.

4.2.2.2. Pencarian Informasi

Tabel 4.24

Tanggapan Responden Mengenai Anda Terdorong Untuk Mencari Informasi Tentang Produk *blackjack*

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	3	3.8
2	Setuju	20	25.0
3	Cukup	37	46.3
4	Tidak Setuju	20	25.0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai tanggapan anda terdorong untuk mencari informasi tentang produk *blackjack.* Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan cukup sebesar 37 responden (46.3%), karena mereka merasa cukup terdorong untuk mencari informasi tentang *blackjack*, yang menyatakan sangat setuju sebesar 3 responden (3.8%), karena mereka terdorong untuk mencari informasi tentang produk *blackjack.*

Tabel 4.25

Tanggapan Responden Mengenai Anda Terdorong Untuk Mencari Informasi Tambahan Mengenai Produk blackjack

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	12	15.0
2	Setuju	24	30.0
3	Cukup	34	42.5
4	Tidak Setuju	10	12.5
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai tanggapan anda terdorong untuk mencari informasi tambahan tentang produk *blackjack.* Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan cukup sebesar 34 responden (42.5%), karena mereka merasa cukup terdorong untuk mencari informasi tambahan mengenai produk *blackjack*, yang menyatakan tidak setuju sebesar 10 responden (12.5%), karena mereka tidak terdorong untuk mencari informasi tambahan mengenai produk *blackjack.*

4.2.2.3. Evaluasi Alternatif

Tabel 4.26

Tanggapan Responden Mengenai Menurut Anda Produk *blackjack* Merupakan Alternative Utama Pilihan Anda

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	3	3.8
2	Setuju	25	31.3
3	Cukup	35	43.8
4	Tidak Setuju	17	21.3
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai tanggapan anda terdorong untuk mencari informasi tambahan tentang produk *blackjack.* Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan cukup sebesar 35 responden (43.8%), karena mereka cukup menganggap produk merek *blackjack* menjadi alternative utama pilihan mereka, yang menyatakan sangat setuju sebesar 3 responden (3.8%), karena mereka menganggap produk merek *blackjack* menjadi alternative utama pilihan mereka.

Tabel 4.27

Tanggapan Responden Mengenai Menurut Anda *blackjack* Merupakan Pilihan Yang Tepat Dalam Memenuhi Kebutuhan Pakaian Anda

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	6	7.5
2	Setuju	20	25.0
3	Cukup	32	40.0
4	Tidak Setuju	22	27.5
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai *blackjack* merupakan pilihan yang tepat dalam memenuhi kebutuhan pakaian anda. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan cukup sebesar 32 responden (40.0%), karena produk merek *blackjack* cukup menjadi pilihan yang tepat dalam memenuhi kebutuhan berpakaian mereka, yang menyatakan sangat setuju sebesar 6 responden (7.5%), karena produk merek *blackjack* menjadi pilhan yang tepat dalam memenuhi kebutuhan berpakaian mereka.

4.2.2.4. Keputusan Pembelian

Tabel 4.28

Tanggapan Responden Mengenai Anda Yakin Dengan Keputusan Membeli Produk *blackjack*

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	13	16.3
2	Setuju	24	30.0
3	Cukup	34	42.5
4	Tidak Setuju	9	11.3
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai anda yakin dengan keputusan membeli produk *blackjack*. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan cukup sebesar 34 responden (42.5%), karena mereka cukup yakin dengan keputusan mereka membeli produk *blackjack*, yang menyatakan tidak setuju sebesar 9 responden (11.3%), karena mereka merasa tidak yakin dengan keputusan mereka membeli produk *blackjack.*

Tabel 4.29

Tanggapan Responden Mengenai Seberapa Sering Anda Membeli produk *blackjack* Dalam 1 Bulan

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Sering	8	10.0
2	Sering	24	30.0
3	Cukup Sering	39	48.8
4	Jarang	9	11.3
5	Tidak Pernah	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai seberapa sering anda membeli produk *blackjack* dalam 1 bulan. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan cukup sering sebesar 39 responden (48.8%), karena dalam 1 bulan mereka cukup sering membeli produk *blackjack*, yang menyatakan sangat sering sebesar 8 responden (10.0%), karena dalam 1 bulan mereka sering membeli produk *blackjack.*

4.2.2.5. Perilaku Pasca Pembelian

Tabel 4.30

Tanggapan Responden Mengenai Anda Merasa Puas Setelah Menggunakan Produk *blackjack*

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	1	1.3
2	Setuju	9	11.3
3	Cukup	44	55.0
4	Tidak Setuju	26	32.5
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai anda merasa puas setelah menggunakan produk *blackjack.* Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan cukup sebesar 44 responden (55.0%), karena mereka cukup merasa puas setelah menggunakan produk *blackjack,* yang menyatakan sangat setuju sebesar 1 responden (1.3%), karena mereka merasa puas setelah menggunakan produk *blackjack.*

Tabel 4.31

Tanggapan Responden Mengenai Setelah Anda Melakukan Pembelian Produk *blackjack* Anda Akan Merekomendasikannya Pada Orang Lain

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	3	3.8
2	Setuju	23	28.8
3	Cukup	39	48.8
4	Tidak Setuju	15	18.8
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**80**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai setelah anda melakukan pembelian produk *blackjack* anda akan merekomendasikannya kepada orang lain. Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa responden yang menyatakan cukup sebesar 39 responden (48.8%), karena mereka cukup merasa ingin merekomendasikan produk *blackjack* kepada orang lain, yg menyatakan sangat setuju sebesar 3 responden (3.8%), karena mereka ingin merekomendasikan produk merek *blackjack* kepada orang lain.

4.2.3. Pengaruh Ekuitas Merek *blackjack* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *blackjack 21 industries* Bandung

Dalam menganalisa sejauh mana pengaruh Ekuitas Merek *blackjack* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *blackjack 21 industries* Bandung, maka penulis melakukan pengujian kualitas data (validitas dan reliabilitas) yang dilanjutkan dengan mentransformasi data ordinal menjadi interval melalui MSI *(Method of Succesive Intervals),* regresi linier sederhana, korelasi Pearson *Product Moment*, koefisien determinasi (Kd) dan uji signifikan *t*.

Adapun cara dalam memperoleh data yang dibutuhkan, penulis menyebarkan kuesioner kepada 80 responden yang diambil dari populasi yang ada pada *blackjack 21 industries* Bandung. Setelah itu data yang diperoleh dikumpulkan, dicatat, dan dioleh untuk proses yang lebih lanjut. Proses analisis data untuk uji validitas, reliabilitas, korelasi menggunakan program *SPSS 13.0 for windows.*

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas data maka selanjutnya akan mengukur seberapa besar pengaruh ekuitas merek *blackjack* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *blackjack 21 industries* Bandung, dengan menggunakan analisis korelasi Pearson Product Moment dengan cara mengkorelasi skor total dari variabel X (Pengaruh Ekuitas Merek *blackjack*) dengan skor total dari variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen) dari 80 responden. Hipotesis yang akan diuji yaitu:

H_0 : $\rho = 0$; Ho diterima, artinya tidak terdapat pengaruh antara ekuitas merek *blackjack* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *blackjack 21 industries* Bandung,

H_1 : $\rho \neq 0$; H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara ekuitas merek *blackjack* terhadap keputusan pembelian konsumen *blackjack 21 industries* Bandung,

Dari kuesioner yang disebarkan oleh penulis, maka diperoleh nilai ordinasi dari tanggapan responden tersebut. Sistem penilaian terhadap jawaban responden tersebut menggunakan *skala likert*. Berdasarkan data dari penyebaran kuesioner, maka dilakukan perhitungan variabel X (pengaruh ekuitas merek *blackjack*) dan variabel Y (keputusan pembelian konsumen) dengan perhitungan analisis korelasi Pearson Product Moment yang merupakan metode statistik non parametrik dengan menggunakan *SPSS 13.0 for windows*.

a. Method of Succesive Intervals

Berikut ini adalah data dari variabel *Pengaruh Ekuitas Merek blackjack* (X) dan variabel *Keputusan Pembelian Konsumen* (Y) yang telah memiliki skala interval melalui methode succesive interval dan diolah dengan menggunakan *SPSS 13.0 for windows*.

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui **"**Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**"**, maka kita menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan model sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

$$a = \frac{\left(\sum y\right)\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum xy\right)}{n\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2}$$

dan

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

Tabel 4.32

Tabel Bantu Perhitungan Koefisien Regresi

Responden	X	Y	X2	Y2	XY
1	29,652	26,602	879,241	707,666404	788,802504
2	42,014	36,494	1765,176	1331,812036	1533,25892
3	44,075	35,200	1942,606	1239,04	1551,44
4	43,819	32,396	1920,105	1049,500816	1419,56032
5	23,997	15,223	575,856009	231,739729	365,306331
6	49,082	33,568	2409,042724	1126,810624	1647,58458
7	39,951	33,568	1596,082401	1126,810624	1341,07517
8	44,783	29,589	2005,517089	875,508921	1325,08419
9	33,867	29,647	1146,973689	878,944609	1004,05495

10	43,473	30,641	1889,901729	938,870881	1332,05619
...	...	...	...	...	...
80	31,282	41,800	978,563524	1747,24	1307,5876

Dari hasil perhitungan diperoleh :

n = 80

Σ X = 2917,024

Σ Y = 2580,619

Σ X^2 = 109680,778

Σ Y^2 = 85425,004

Σ XY = 95609,892

Sehingga didapatkan nilai a dan b sebagai berikut :

$$a = \frac{\left(\sum y\right)\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum xy\right)}{n\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2}$$

$$a = \frac{(2580{,}619)(109680{,}778) - (2917{,}024)(95609{,}892)}{(80)(109680{,}778) - (2917{,}024)^2}$$

$$a = 15{,}627$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

$$b = \frac{(80)(95609{,}892) - (2917{,}024)(2580{,}619)}{(80)(109680{,}778) - (2917{,}024)^2}$$

$$b = 0{,}456$$

Diperoleh model regresi sebagai berikut:

Y = 15,627 + 0,456 X

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika variabel Ekuitas Merek (X) bernilai nol atau Keputusan Pembelian Konsumen (Y) tidak berpengaruh pada Ekuitas Merek maka rata-rata *Keputusan Pembelian Konsumen* bernilai 15,627. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel Ekuitas Merek (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Keputusan Pembelian Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,456.

c. Analisis Korelasi Pearson Product Moment

Untuk mengetahui Pengaruh Ekuitas Merek (variabel X) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (variabel Y), digunakan analisis korelasi Pearson Product moment dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

maka

$$r = \frac{(80)(95609,892) - (2917,024)(2580,619)}{\sqrt{\{(80 \times 109680,778) - (2917,024)^2\}\{(80 \times 85425,004) - (2580,619)^2\}}}$$

= 0,563

Angka output pada korelasi *Pearson Product Moment* antara pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen menghasilkan angka 0,563. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.33

Interprestasi Tingkat Hubungan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2004:214)

Berdasarkan pada tabel di atas, maka angka tersebut menunjukkan hubungan kedua variabel tersebut cukup / sedang, sedangkan tanda positif (+) menunjukkan bahwa semakin besar perubahan yang terjadi pada pengaruh ekuitas merek maka akan semakin besar keputusan pembelian konsumen atau sebaliknya, semakin kecil perubahan pada pelaksanaan pengaruh ekuitas merek maka akan semakin rendah keputusan pembelian konsumen pada *blackjack 21 industries* Bandung. Korelasi

antara ekuitas merek dan keputusan pembelian konsumen adalah signifikan untuk pengujian dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, atau derajat kepercayaan sebesar 90% .

d. Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh antara ekuitas merek (variabel X) terhadap keputusan pembelian konsumen (variabel Y) ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

KD = r^2 x 100%

= $(0,563)^2$ x 100%

= 31,7%

Artinya, ekuitas merek (variabel X) memberikan pengaruh sebesar 31,7% terhadap keputusan pembelian konsumen (variabel Y). Sedangkan sisanya sebesar 68,3% dapat diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

e. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah penelitian yang dilakukan akan menolak atau menerima hipotesis. Sedangkan hipotesis yang digunakan oleh penulis adalah hipotesis nol (Ho) dan hipotesis satu (H_1).

Pengujian hipotesis akan diuraikan sebagai berikut :

$H_0 : \beta = 0$ Artinya, Ekuitas Merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

$H_1 : \beta \neq 0$ Artinya, Ekuitas merek berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Rumus yang digunakan dalam menguji hipotesis diatas yaitu menggunakan uji t student :

$$t = \frac{rs\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}}$$

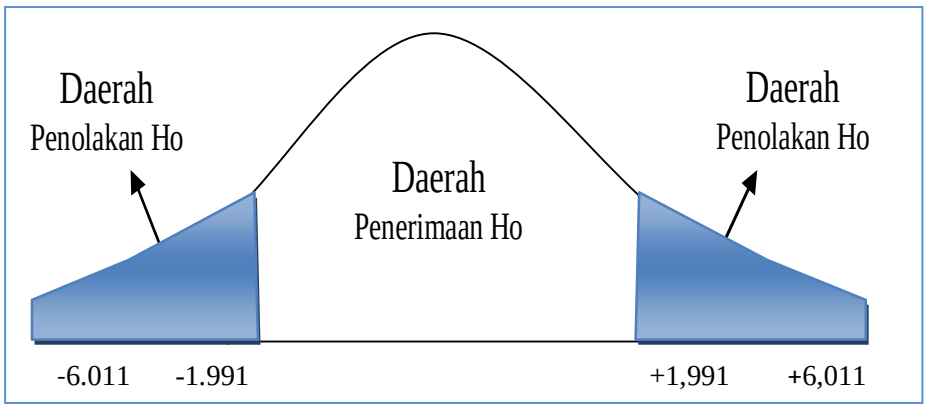
$$= \frac{0{,}563\sqrt{80-2}}{\sqrt{1-(0{,}563)^2}}$$

$$= 6{,}011$$

Dengan α = 5% dan dk = n-2 = 80-2 = 78 diperoleh nilai t tabel sebesar 1,991

Berdasarkan kriteria uji berikut:

1. Terima Ho jika -t tabel < t hitung < t tabel
2. Tolak Ho jika t hitung > t tabel atau t hitung < -t tabel



Gambar 4.1

Daerah Penolakan dan Penerimaan Hipotesis Ho

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 6,011. Karena nilai t hitung (6,011) > t tabel (1,991), maka Ho ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ekuitas merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.