BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Distro *Airplane system* merupakan salah satu distro tertua di kota Bandung. *Airplane System* juga pelopor berkembangnya industri distro di Kota Bandung. Distro *Airplane System* sendiri lahir dari hasil kreatifitas anak muda di Bandung memang tidak ada habisnya. Meski diserbu dengan pembangunan pusat perbelanjaan besar, distro *Airplane System* yang mulai berdiri pada 8 Februari 1998 masih tetap menujukan eksistensinya hingga saat ini. Distro *Airplane System* beralamatkan di Jalan Aceh No 44. Sewa dahulu awalnya di tempat tersebut hanya Rp 6 juta per tahun, sekarang sudah Rp 60 juta per tahun menurut manager marketing *Airplane System.*

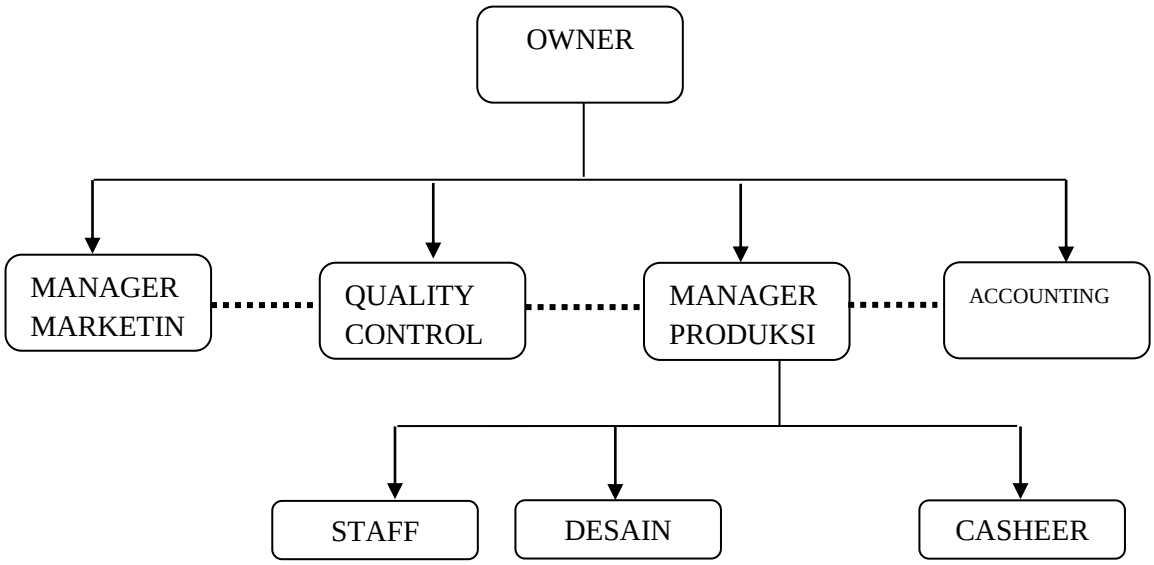
Pada tahun 1998 Indonesia sedang mengalami krisis moneter sehingga barang-barang kebutuhan mengalami kenaikan harga yang cukup signifikan. Termasuk kebutuhan akan sandang atau pakaian bagi masyarakat. Produk- produk impor yang saat itu menjadi komoditi utama, harganya menjadi sangat mahal. Berdasarkan hal tersebutlah tiga sahabat yang senang berkreasi sendiri membuat T’shirt dan celana, Fiki Chikara Satari, Helvi, dan Colay, akhirnya membuat dan mengembangkan produk dengan memanfaatkan sumber daya lokal yang harganya jauh lebih terjangkau. Mereka memulai bisnisnya dengan menjual produk mereka dari mulut ke mulut secara eceran dengan desain yang menarik dan terlihat berbeda. Yang menjadi pembeda adalah satu item produknya memiliki desain dan

motif yang berbeda dengan desain lainnya, sehingga konsumen tidak akan menemui motif yang sama. Setelah tiga tahun menjalankan bisnis tersebut, pada tahun 2001 lah membuka mereka resmi membuka gerai di Jalan Aceh no 44 Bandung. Ketiga orang tersebut sepakat mengusung merek *Airplane System* yang berarti kebebasan. Kebebasan yang dimaksud ialah arti Airplane sendiri adalah pesawat udara, pesawat udara melambangkan kebebasan berekspresi dan berkreasi. Dari tema tersebutlah mereka mengaplikasikan kedalam desain dan motif produk yang di pasarkan.

Saat ini distro *Airplane System* terfokus dengan memasarkan produk fashion pria. Segmentasi pasar yang ditargetkan ialah pasar remaja dan dewasa. Distro *Airplane System* semakin berkembang, hingga saat ini telah memiliki puluhan item produk yang siap memenuhi kebutuhan pasar di Bandung yang terus mengalami peningkatan. Perkembangan bisnis juga terus meluas. *Airplane System* saat ini telah memasok ke 94 distro yang tersebar di seluruh Indonesia. Pada tahun ini juga penjualan telah merembah pasar Amerika dan Eropa. Hingga saat ini Distro *Airplane System* Bandung tidak hanya memproduksi T’shirt, tetapi juga mulai memproduksi celana, jaket, sweater, topi, dan sepatu pun mulai dirambah Airplane. Kini jumlah karyawan *Airplane System* sudah mencapai 54 orang. Dengan keseriusan dan inovasi yang terus diasah, manajemen *Airplane System* yakin dan optimistis usahanya akan tetap bertahan di tengah persaingan usaha yang sudah tidak ramah lagi.

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa.



Sumber: *Distro Airplane System* Bandung
Gambar 4.1 Struktur Organisasi *Airplane System* Bandung

4.1.3 Uraian Tugas (*Job Description*)

Pada distro *Airplane System* Bandung dijabarkan uraian tugas untuk mengetahui wewenang, tugas pokok, dan tanggung jawab masing-masing jabatan, yaitu sebagai berikut :

1. Owner/Pemilik

Garis kewenangan dan tanggung jawab :

a. *Owner* atau pemulik perusahaan merupakan orang yang bertanggung jawab atas jalannya sebuah perusahaan. Seorang *owner* memiliki kuasa penuh untuk mengatur dan meng organisasi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah di tergetkan.
b. Pemilik perusahaan juga memiliki wewenang untuk mengarahkan para staff agar bekerja sesuai sistem yang di jalankan perusahaan.

Tugas dan tanggung jawab :

a. Seorang *owner* memiliki tugas untuk selalu mengontrol akitifitas perusahaan untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan perusahaan yang di pimpin.
b. Menetukan stategi untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.
c. Menentukan kebijakan keuangan perusahaan secara penuh untuk mengontrol sehat atau tidaknya keuangan perusahaan.

2. Manager Produksi

Garis kewenangan dan tanggung jawab :

a. Seorang manager produksi memiliki kewenangan untuk mengatur proses produksi perusahaan.
b. Menciptakan dan menetapkan system produksi yang efektif dan efisien, dengan berkordinasi langsung dengan *owner*.

Tugas dan tanggung jawab :

a. Mengawasi proses produksi perusahaan agar mengurangi kemungkinan resiko yang di dapatkan perusahaan.
b. Mengawasi proses distribusi barang produksi.
c. Berkordinasi dengan bagian *Quality Control* untuk menciptakan hasil produksi yang maksimal.

3. Quality Control

Garis kewenangan dan tanggung jawab :

a. Bagian *quality control* memiliki kawenangan untuk menetapkan bahan baku pembuatan produk yang baik dan sesuai dengan keinginan perusahaan.
b. Berkordinasi dengan manager produksi untuk meciptakan produk dengan kualitas terbaik dan mengurangi resiko barang *reject.*

Tugas dan tanggung jawab :

a. Mengawasi kualitas bahan-bahan yang akan digunakan dalam pembuatan produk.
b. Mengawasi dan memeriksa produk yang siap di produksi agar memastikan tidak ada barang yang rusak atau *reject.*

4. Manager marketing

Garis kewenangan dan tanggung jawab :

a. Menetukan strategi marketing yang tepat bagi perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan.
b. Mengontrol staff marketing agar melakukan tugasnya dengan baik.

Tugas dan tanggung jawab :

a. Menetapkan strategi pemasaran yang tepat untuk menhadapi pesaing bisnisnya.
b. Mengawasi serta bertanggung jawab terhadap bagian penjualan dan marketing perusahaan.
c. Berkordinasi dengan owner dan manajer produksi untuk membuat inovasi-inovasi baru dalam pemasaran produknya.

5. Accounting

Tugas dan wewenang :

a. Mencatat pemasukan dan pengeluaran perusahaan.
b. Membuat laporan keuangan berdasarkan periode tertentu sesuai kebutuhan perusahaan secara akurat.
c. Mengatur semua permasalahan yang berhubungan dengan kelancaran dana perusahaan.

6. Staff

Tugas dan wewenang :

a. Staff toko memiliki wewenang untuk mengatur keadaan dan ketersediaan barang di toko.
b. Melayani konsumen yang datang ke toko dengan ramah.
c. Mencatat arus *input* dan *output* barang yang datang dan telah terjual di toko.
d. Menjaga *display* di toko agar tetap menarik sehingga konsumen nyaman berada di toko.

7. Desain

Tugas dan wewenag :

a. Berkordinasi dengan bagian produksi untuk menciptakan desain yang menarik.
b. Membuat desain produk yang unggul dari para peasaing.
c. Membuat desai produk yang sedang banyak di inginkan pasar.

8. Casheer

Tugas dan wewenang :

a. Mencatat semua hasil penjualan produk di toko.
b. Malayani pembayan konsumen di toko.

4.2 Karakteristik Responden

Bagian ini merupakan hasil pembahasan dari penelitian yang telah penulis lakukan yaitu merupakan hasil pengolahan data yang diperoleh dari responden *Dsitro Airplane System* langsung ataupun melalui hasil pengolahan kuesioner yang disebar kepada 100 responden sebagai sampel. Jawaban responden atas sejumlah pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner akan ditampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Untuk data responden dikelompokkan berdasarkan beberapa hal. Diantaranya jenis kelamin, usia, status, pekerjaan, dan pengeluaran dengan kualifikasi sebagai berikut:

A. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Dari data hasil penelitian yang diperoleh, berikut ini adalah hasil data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.1
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	frekuensi	%
Pria	73	73
Wanita	27	27
Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, diketahui bahwa mayoritas dari responden berjenis kelamin pria sebanyak 73% dan sisanya wanita sebanyak 23%. Hal ini dikarenakan peminat kaos di Distro *Airplane System* lebih dominan pria dibandingkan wanita.

B. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan usia.diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.2
Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia	frekuensi	%
< 20 tahun	31	31
21 - 30 tahun	69	69
31 - 40 tahun	0	0
41 - 50 tahun	0	0
> 50 tahun	0	0
Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa mayoritas dari responden berusia antara 21-30 tahun sebanyak 69% dan paling sedikit berusia < 20 tahun sebanyak 31%. Hal ini menunjukan peminat kaos *distro airplane system* rata-rata berusia 21-30 tahun.

C. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan status pernikahan, diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.3
Identitas Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Kategori	frekuensi	%
Menikah	5	5
Belum menikah	95	95
Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, diketahui bahwa mayoritas dari responden belum menikah sebanyak 95% dan sisanya sudah menikah sebanyak 5%. Hal ini menunjukan responden *distro Airplane system* rata-rata belum menikah karena orang yang lajang cenderung berambisi untuk memenuhi kebutuhan aktualisasi diri.

D. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan status perkerjaan, diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.4
Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	frekuensi	%
Pegawai Negeri	0	0
Pegawai swasta	6	6
Wiraswasta	2	2
IRT	1	1
Pelajar/ Mahasiswa	82	82
Lainnya	9	9
Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, diketahui bahwa mayoritas dari responden sebagai pelajar/ mahasiswa sebanyak 82% dan paling sedikit ibu rumah tangga sebanyak 1%. Hal ini menunjukan responden *distro Airplane system* rata-rata pelajar/mahasiswa karena *distro Airplane system* peminatnya yaitu kalangan muda dengan desain – desain sesuai selera anak muda.

E. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Dalam Satu Bulan

Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan pengeluarkan dalam satu bulan, diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.5
Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran Dalam Satu Bulan

Pengeluaran	frekuensi	%
< Rp 2.000.000.	90	90
> Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000.	10	10
> Rp 4.000.000 - Rp 6.000.000.	0	0
> Rp 6.000.000	0	0
Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, diketahui bahwa mayoritas dari responden mempunyai pengeluaran dalam sebulan sekitar < Rp. 2.000.000 sebanyak 90% dan paling sedikit sebesar > Rp 2.000.000 – Rp. 4.000.000 sebanyak 10%. Hal ini menunjukan responden *distro Airplane system* rata-rata pengeluaran dalam satu bulannya < Rp. 2.000.000 karena rata-rata peminat kaos *Airplane system* yaitu pelajar/mahasiswa yang belum memiliki penghasilan.

4.3 Analisis Deskriptif

4.3.1 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk Kaos *Distro Airplane System* Bandung

Kualitas produk mencakup delapan (8) indikator yakni indikator performa (*performance*), ciri-ciri produk (*features*), keandalan (*reliability*), konformitas (*comformance*), daya tahan (*durability*), kemampuan pelayanan (*service ability*), estetika dan kualitas yang dipersepsikan. Delapan indikator tersebut secara keseluruhan diwakili dengan 9 item pernyataan. Berikut disajikan kecenderungan jawaban konsumen pada setiap indikatornya masing-masing.

A. Tanggapan Responden Terhadap *Performace*

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan pada indikator *performance* yang terdiri dari 2 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Desain Kaos *Distro Airplane System*

Kategori	frekuensi	%
Sangat menarik	32	32
Menarik	48	48
Cukup menarik	17	17
Tidak menarik	3	3
Sangat tidak menarik	0	0
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan desain kaos *Distro Airplane System* menarik (48%) responden dikarenakan desain kaos *Distro Airplane System* menarik dari segi warna dan

gambarnya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa desain kaos *Distro Airplane System* dapat membuat responden tertarik.

Tabel 4.7
Warna pada Desain Kaos *Distro Airplane System*

Kategori	frekuensi	%
Sangat menarik	32	32
Menarik	51	51
Cukup menarik	17	17
Tidak menarik	0	0
Sangat tidak menarik	0	0
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan warna pada desain kaos *Airplane System* menarik (51%) responden dikarenakan warna pada desain kaos *Distro Airplane System* disukai oleh kalangan muda. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden tertarik dengan warna yang diberikan pada desain kaos *Distro Airplane System*.

B. Tanggapan Responden Terhadap *Features*

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator *features* yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.8
Features* Desain Kaos *Distro Airplane System

Kategori	frekuensi	%
Sangat menarik	20	20
Menarik	55	55
Cukup menarik	24	24
Tidak menarik	1	1
Sangat tidak menarik	0	0
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan *features* desain kaos *Airplane System* menarik (55%) responden berdasarkan penjelasan dari salah satu karyawan *Airplane System* bahwa *features* desain kaos *Airplane System* mempunyai ciri khas tersendiri dibandingkan distro lainnya. Hal ini dapat disimpulkan responden tertarik pada *Features* Desain Kaos *Distro Airplane System* dibandingkan *Features* Desain Kaos *Distro* lain.

C. Tanggapan Responden Terhadap *Reliability*

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator *reliability* yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.9
Keandalan Kualitas Produk Kaos *Distro Airplane System*

Kategori	frekuensi	%
Sangat dapat diandalkan	15	15
Dapat diandalkan	55	55
Cukup Diandalkan	23	23
Tidak dapat diandalkan	7	7
Sangat tidak dapat diandalkan	0	0
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap keandalan kualitas produk kaos *Airplane System* dapat diandalkan (55%) responden. Hal ini dapat disimpulkan keandalan dari kualitas produk kaos *Airplane System* sudah bagus.

D. Tanggapan Responden Terhadap *Comformance*

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator *comformance* yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.10
Kesesuaian Desain pada Kaos *Distro Airplane System*

Kategori	frekuensi	%
Sangat memenuhi	14	14
Memenuhi	66	66
Cukup memenuhi	17	17
Tidak memenuhi	2	2
Sangat tidak memenuhi	1	1
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan kesesuaian desain pada kaos *Airplane System* memenuhi (66%) responden hal ini dikarenakan desain pada kaos *Airplane System* telah disesuaikan dengan permintaan dan keinginan responden. Dapat disimpulkan kesesuaian desain pada kaos *Airplane System* telah memenuhi permintaan dan keinginan responden.

E. Tanggapan Responden Terhadap Daya Tahan *(Durability)*

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator daya tahan *(durability)* yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.11
Daya tahan *(Durability)* Kaos *Distro Airplane System*

Kategori	frekuensi	%
Sangat baik	13	13
Baik	54	54
Cukup baik	30	30
Tidak baik	3	3
Sangat tidak baik	0	0
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan daya tahan *(durability)* kaos *Airplane System* baik (54%) responden. Hal ini dapat disimpulkan daya tahan pada kaos *Airplane System* sudah bagus karena responden telah menilai baik pada daya tahan kaos *Airplane System*.

F. Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan Pelayanan (*service ability*)

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator kemampuan pelayanan (*service ability*) yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.12
Kemampuan Pelayanan *Distro Airplane System*

Kategori	frekuensi	%
Sangat mudah	16	16
Mudah	28	28
Cukup mudah	55	55
Tidak mudah	0	0
Sangat tidak mudah	1	1
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan kemampuan pelayanan *Airplane System* cukup mudah (54%) responden. Hal ini dikarenakan kemampuan pelayanan yang diberikan oleh *Distro Airplane System* cukup mudah dijangkau oleh responden.

G. Tanggapan Responden Terhadap Estetika

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator estetika yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.13
Keindahan Kaos *Distro Airplane System*

Kategori	frekuensi	%
Sangat memiliki keindahan	22	22
Memiliki keindahan	61	61
Cukup memiliki keindahan	7	7
Tidak memiliki keindahan	6	6
Sangat tidak memiliki keindahan	4	4
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden (61%) menyatakan desain dan bentuk kaos *Airplane System* memiliki keindahan dikarenakan keindahan dari desain dan bentuknya sesuai dengan keinginan responden. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Keindahan desain dan bentuk kaos di *Distro Airplane System* memiliki keindahan yang disukai oleh responden.

H. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas yang di Persepsikan

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator kualitas yang di persepsikan yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.14
Kualitas Kaos *Distro Airplane System* yang di Persepsikan

Kategori	frekuensi	%
Sangat menarik	24	24
Menarik	54	54
Cukup menarik	19	19
Tidak menarik	3	3
Sangat tidak menarik	0	0
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan kualitas kaos *Airplane System* yang di persepsikan menarik (54%) responden disebabkan kualitas dari kaosnya sudah bagus dan tidak mengecewakan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Kaos di *Distro Airplane System* yang di persepsikan menarik responden.

Tabel 4.15
Skor Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk

No	Indikator	Skor
1	Performa	824
2	Ciri-ciri Produk	394
3	Keandalan	378
4	Konformitas	390
5	Daya tahan	377
6	Kemampuan pelayanan	358
7	Estetika	391
8	Kuallitas dan yang dipersepsikan	399
Total		3511

Tabel 4.16
Skor Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk

Skor / Total	Skor dalam %
3511	$\frac{3511}{5x9x100}$ x 100% = 78%

Tabel 4.17
Pengkategorian Jawaban Responden Untuk Kualitas Produk

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

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 3511, dengan pertanyaan sebanyak 9 item dengan 100 responden dan skor tertinggi adalah 5 dengan interval berada pada 68.01% - 84.00% dengan ini menyatakan bahwa tanggapan responden tentang kualitas produk dinyatakan berkualitas terlihat bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 78%. Hal ini menunjukan bahwa kualitas produk pada *Distro Airplane System* tergolong berkualitas karena produk kaos yang diproduksi oleh *Distro Airplane System* sudah baik dan harus tetap dipertahankan.

4.3.2 Tanggapan Responden Tentang Citra Merek *Distro Airplane System* Bandung.

Citra merek mencakup enam (6) indikator yakni indikator atribut, manfaat, sikap, kesukaan, kekuatan dan keunikan. Enam (6) indikator tersebut secara keseluruhan diwakili dengan 7 item pernyataan. Berikut disajikan kecenderungan jawaban konsumen pada setiap indikatornya masing-masing.

A. Tanggapan Responden Terhadap Atribut

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator atribut yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.18
Atribut Kaos Merek *Distro Airplane System* Menunjukkan Ciri khas kaula Muda

Kategori	frekuensi	%
Sangat setuju	19	19
Setuju	55	55
Cukup setuju	19	19
Tidak setuju	6	6
Sangat tidak setuju	1	1
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.18 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden (55%) menyatakan setuju terhadap atribut desain kaos *Airplane System* menunjukkan ciri khas kaula muda, disebabkan atribut dari kaos merek *Airplane System* mengetahui ciri khas dari kaula muda yang menjadi target pasar *Airplane System*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden menilai atribut kaos pada merek di *Distro Airplane System* Menunjukkan Ciri khasnya.

B. Tanggapan Responden Terhadap Manfaat

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator manfaat yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.19
Manfaat Kaos Merek *Distro Airplane System*

Kategori	frekuensi	%
Sangat bermanfaat	24	24
Bermanfaat	58	58
Cukup bermanfaat	15	15
Tidak bermanfaat	2	2
Sangat tidak bermanfaat	1	1
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak (58%) menyatakan kaos *Airplane System* bermanfaat, hal ini menyebabkan responden lebih mempunyai gengsi dengan menggunakan kaos merek *distro Airplane System*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden menilai merek dari *distro Airplane System* sangat bermanfaat.

C. Tanggapan Responden Terhadap Sikap

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator sikap yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.20
Reaksi Terhadap Kaos Merk *Distro Airplane System*

Kategori	frekuensi	%
Sangat senang	30	30
Senang	45	45
Cukup senang	22	22
Tidak senang	3	3
Sangat tidak senang	0	0
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, dapat diketahui bahwa sebanyak (45%) responden menyatakan senang terhadap kaos *Airplane System*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa reaksi responden terhadap kaos merek *Distro Airplane System* sangat senang apabila menggunakan kaos merek *Distro Airplane System*.

D. Tanggapan Responden Terhadap Kesukaan

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan pada indikator kesukaan yang diwakili 2 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.21
Merek Kaos dari *Distro Airplane System* Merupakan Favorit

Kategori	frekuensi	%
Sangat favorit	18	18
favorit	45	45
Cukup favorit	29	29
Tidak favorit	8	8
Sangat tidak favorit	0	0
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.21 di atas, dapat diketahui bahwa (45%) responden menyatakan merek kaos dari *Airplane System* adalah favorit para respondennya, Hal ini disebabkan bahwa merek kaos *Distro Airplane System* sudah banyak dikenal dan banyak yang menyukai kaos *Distro Airplane System*.

Tabel 4.22
Merek Kaos dari *Distro Airplane System* Merupakan Kesukaan Responden

Kategori	frekuensi	%
Sangat suka	21	21
Suka	41	41
Cukup suka	29	29
Tidak suka	9	9
Sangat tidak suka	0	0
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.22 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas sebanyak (41%) responden menyatakan suka terhadap merek kaos dari *Airplane System* karena merek yang telah dikenal. Hal ini dapat disimpulkan bahwa merek kaos *Distro Airplane System* merupakan kesukaan respondennya.

E. Tanggapan Responden Terhadap Kekuatan

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator kekuatan yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.23
Citra Merek *Distro Airplane System* Mampu Bersaing

Kategori	frekuensi	%
Sangat setuju	19	19
Setuju	45	45
Cukup setuju	31	31
Tidak setuju	5	5
Sangat tidak setuju	0	0
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.23 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas (45%) responden menyatakan setuju citra merek *Airplane System* mampu bersaing Hal

ini disebabkan bahwa citra merek kaos pada *Distro Airplane System* sudah lama berdiri dan merupakan salah satu pelopor pertama *Distro – Distro* di Bandung.

F. Tanggapan Responden Terhadap Keunikan

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator keunikan yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.24
Keunikan Kaos *Distro Airplane System*

Kategori	frekuensi	%
Sangat unik	12	12
Unik	38	38
Cukup unik	45	45
Tidak unik	4	4
Sangat tidak unik	1	1
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.24 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas (45%) responden menyatakan setuju kaos *Airplane System* cukup unik, Hal ini disebabkan bahwa responden menilai kaos *Distro Airplane System* unik dari segi desain dan warna.

Tabel 4.25
Skor Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek

No	Indikator	Skor
1	Asosiasi	1189
2	Kesukaan	747
3	Kekuatan	378
4	Keunikan	356
Total		2670

Tabel 4.26
Skor Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek

Skor / Total	Skor dalam %
2670	$\frac{2670}{5x7x100}$ x 100% = 76,3%

Tabel 4.27
Pengkategorian Jawaban Responden Untuk Citra Merek

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

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 2670, dengan pertanyaan sebanyak 6 item dengan 100 responden dan skor tertinggi adalah 5 dengan interval berada pada 68.01% - 84.00% dengan ini menyatakan bahwa tanggapan responden tentang citra merek dinyatakan baik terlihat bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 76,3%. Hal ini menunjukan bahwa citra merek *Distro Airplane System* tergolong baik karena merek dari *Distro Airplane System* sudah cukup lama dikenal oleh responden.

4.3.3 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Responden pada Produk Kaos *Distro Airplane System* Bandung.

Loyalitas responden mencakup empat (4) indikator yakni indikator melakukan pembelian secara teratur, membeli diluar lini produk atau jasa, merekomendasikan produk lain dan menunjukkan kekebalan dari daya tarik

produk sejenis dari pesaing. empat (4) indikator tersebut secara keseluruhan diwakili dengan 4 item pernyataan. Berikut disajikan kecenderungan jawaban konsumen pada setiap indikatornya masing-masing.

A. Tanggapan Responden terhadap Melakukan Pembelian Secara Teratur

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator melakukan pembelian secara teratur yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.28
Frekuensi Membeli Kaos Merek *Distro Airplane System*

Kategori	frekuensi	%
Sangat sering	13	13
Sering	47	47
Cukup sering	28	28
Tidak sering	8	8
Sangat tidak sering	4	4
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.28 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas (47%) responden menyatakan sering melakukan pembelian secara teratur kaos *Distro Airplane System*. Hal ini dapat disebabkan bahwa responden menyatakan sering melakukan pembelian kaos di *Distro Airplane System* secara teratur.

B. Tanggapan Responden Terhadap Membeli diluar Lini Produk atau Jasa

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator membeli diluar lini produk atau jasa yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.29
Membeli Produk Fashion Merek *Distro Airplane System* diluar Produk Kaos

Kategori	frekuensi	%
Sangat sering	20	20
Sering	51	51
Cukup sering	18	18
Tidak sering	9	9
Sangat tidak sering	2	2
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.29 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas (51%) responden menyatakan sering membeli produk fashion merek *Distro Airplane System* diluar produk kaos. Hal ini disebabkan bahwa responden juga tertarik dengan produk lain dari *Distro Airplane System* seperti jaket, celana, aksesoris.

C. Tanggapan Responden Terhadap Merekomendasikan Produk Lain

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator merekomendasikan produk lain yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.30
Memberi Rekomendasi Kepada Orang Lain untuk Membeli Produk Kaos Merek *Distro Airplane System*

Kategori	frekuensi	%
Sangat setuju	24	24
Setuju	54	54
Cukup setuju	19	19
Tidak setuju	3	3
Sangat tidak setuju	0	0
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.30 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas (54%) responden menyatakan setuju memberi rekomendasi kepada orang lain untuk

membeli produk kaos merek *Distro Airplane System*. Hal ini disebabkan produk kaos merek *Distro Airplane System* sudah bagus dan baik.

D. Tanggapan Responden Terhadap Menunjukkan Kekebalan dari Daya Tarik Produk Sejenis dari Pesaing

Berikut adalah tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan pada indikator menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing yang diwakili 1 item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.31
Menolak Tawaran Produk Pesaing

Kategori	frekuensi	%
Sangat setuju	23	23
Setuju	39	39
Cukup setuju	32	32
Tidak setuju	5	5
Sangat tidak setuju	1	1
Jumlah	100	100

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.31 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas (39%) responden menyatakan setuju untuk menolak tawaran produk pesaing, hal ini disebabkan responden sudah cukup loyal dengan produk kaos *Disro Airplane System*. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju menolak tawaran dari produk pesaing selain produk kaos merek *Disro Airplane System*.

Tabel 4.32
Skor Tanggapan RespondenTerhadap Loyalitas Responden

No	Indikator	Skor
1	Melakukan pembelian secara teratur	357
2	Membeli di luar lini produk	378
3	Merekomendasikan produk lain	399
4	Menunjukan kekbalan daya	378
Total		1512

Tabel 4.33
Skor Tanggapan RespondenTerhadap Loyalitas Responden

Skor / Total	Skor dalam %
1512	$\frac{1512}{5x4x100}$ x 100% = 75,6%

Tabel 4.34
Pengkategorian Jawaban RespondenUntuk Loyalitas Responden

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

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 1512, dengan pertanyaan sebanyak 4 item dengan 100 responden dan skor tertinggi adalah 5 dengan interval berada pada 68.01% - 84.00% dengan ini menyatakan bahwa tanggapan responden tentang loyalitas responden dinyatakan loyal terlihat bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 75,6%. Hal ini menunjukan bahwa loyalitas responden *Distro Airplane System* respondennya tergolong loyal karena *Distro Airplane System* sudah lama berdiri dan banyak dikenal oleh para responden dengan kualitas produk yang bagus maka responden dapat loyal walaupun masih ada responden yang berpindah – pindah ke *distro* lainnya.

4.4 Analisis Verifikatif

4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Kaos dan Citra Merk Terhadap Loyalitas Pelanggan *Distro Airplane System* Bandung

Untuk melihat apakah kualitas produk kaos dan citra merk secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Distro Airplane System* Bandung, maka akan dilakukan analisis regresi linier berganda.

Berikut ini perhitungan kualitas produk (X1), citra merek (X2) dan loyalitas pelanggan (Y) menggunakan analisis regresi dan korelasi

1. Analisis Regresi Berganda

Persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah:

$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$

$\hat{Y}$ = nilai taksiran untuk variabel loyalitas pelanggan

a = konstanta

b_i = koefisien regresi

X_1 = kualitas produk kaos

X_2 = citra merk

Dengan menggunakan *software* SPSS, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.35 Koefisien Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.206	1.653		.125	.901
	Kualitas Produk	.178	.060	.271	2.972	.004
	Citra Merk	.351	.069	.461	5.052	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai a sebesar 0,206, nilai b_1 sebesar 0,178 dan b_2 sebesar 0,351. Dengan demikian maka dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0{,}206 + 0{,}178\ X_1 + 0{,}351X_2$$

Nilai a dan b_i dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a = 0,206 artinya: jika kualitas produk kaos dan citra merk bernilai 0 maka loyalitas pelanggan akan bernilai 0,206 satuan.

b_1 = 0,178 artinya: jika kualitas produk kaos meningkat sebesar satu maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,178 satuan.

b_2 = 0,351 artinya: jika citra merk meningkat sebesar satu maka maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,351 satuan.

2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier di antara variabel bebas dan variabel terikat. Berikut akan diuraikan analisis korelasi baik korelasi parsial maupun korelasi berganda.

4.4.2 Analisis Korelasi Simultan Antara Kualitas Produk (X_1) dan Citra Merek (X_2) dengan Loyalitas Responden (Y).

Dengan menggunakan software SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi simultan antara kualitas produk (X_1) dan citra merk (X_2) dengan loyalitas responden (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.36 Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646[a]	.418	.406	2.16176

a. Predictors: (Constant), Citra Merk, Kualitas Produk

Berdasarkan output di atas, diketahui koefisien korelasi simultan antara kualitas produk dan citra merk dengan loyalitas responden sebesar 0,646. Koefisien korelasi bertanda positif menunjukkan hubungan simultan yang terjadi antara kualitas produk dan citra merek dengan loyalitas responden adalah searah, dimana semakin baik kualitas produk dan citra merk secara simultan akan diikuti oleh semakin baiknya loyalitas responden. Nilai 0,646 menunjukkan hubungan simultan yang terjadi antara kualitas produk dan citra merk dengan loyalitas responden berada dalam kategori hubungan yang cukup tinggi (interval 0,61 – 0,80).

4.4.3 Analisis Korelasi Parsial Kualitas Produk (X_1) dengan Loyalitas Responden (Y)

Dengan menggunakan software SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi parsial antara kualitas produk (X_1) dengan loyalitas responden (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.37
Korelasi Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelanggan

Correlations

		Kualitas Produk Kaos	Loyalitas Pelanggan
Kualitas Produk Kaos	Pearson Correlation	1	,584**
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	30	30
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,584**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output di atas, diketahui koefisien korelasi parsial antara kualitas produk dengan loyalitas responden sebesar 0,584. Koefisien korelasi bertanda positif menunjukkan hubungan parsial yang terjadi antara kualitas produk dengan loyalitas responden adalah searah, dimana semakin bagus kualitas produk akan diikuti oleh semakin besarnya loyalitas responden. Nilai 0,584 menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara kualitas produk dengan loyalitas responden berada dalam kategori hubungan yang sedang (interval 0,41 – 0,60).

4.4.4 Analisis Korelasi Parsial Citra Merek (X_2) dengan Loyalitas Responden (Y)

Dengan menggunakan software SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi parsial antara citra merk (X_2) dengan loyalitas responden (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.38
Korelasi Citra Merek Dengan Loyalitas Pelanggan

Correlations

		Citra Merk	Loyalitas Pelanggan
Citra Merk	Pearson Correlation	1	,672**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	30	30
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,672**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output di atas, diketahui koefisien korelasi parsial antara citra merk dengan loyalitas responden sebesar 0,672. Koefisien korelasi bertanda positif menunjukkan hubungan parsial yang terjadi antara citra merk dengan loyalitas responden adalah searah, dimana semakin baik citra merk akan diikuti oleh semakin baiknya loyalitas responden. Nilai 0,672 menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara citra merk dengan loyalitas responden berada dalam kategori hubungan yang cukup tinggi (interval 0,61- 8).

1. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (R) atau disebut juga sebagai R-Square. Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan citra merk secara simultan terhadap loyalitas responden. Dengan menggunakan SPSS, diperoleh koefisien determinasi yang dapat dilihat pada tabel output sebagai berikut:

Tabel 4.39
Konstanta Kualitas Produk dan Citra Merek

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646[a]	.418	.406	2.16176

a. Predictors: (Constant), Citra Merk, Kualitas Produk

Dari tabel hasil output SPSS di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau R square sebesar 0,418 atau 41,8%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merk secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel loyalitas responden sebesar 41,8% sedangkan sisanya sebesar 100%- 41,8%= 58,2% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti seperti ekuitas merek, kualitas pelayanan, dan kepuasan responden.

Sedangkan untuk melihat kontribusi pengaruh dari setiap variabel bebas secara parsial terhadap loyalitas responden dapat diketahui dengan mengalikan koefisien regresi yang telah distandarkan (Beta) dengan korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat (zero order correlation) sebagai berikut:

Tabel 4.40
Konstanta Loyalitas Pelanggan

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Kualitas Produk	.271	.514
	Citra Merk	.461	.604

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan output di atas dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Pengaruh X_1 terhadap Y = 0,271 x 0,514 = 0,139 atau 13,9%

Pengaruh X_2 terhadap Y = 091 x 0,697 = 0,278 atau 27,8%

Berdasarkan perhitungan di atas diketahui bahwa variabel citra merk (X_2) memberikan pengaruh paling besar terhadap loyalitas responden (Y) yakni sebesar 27,8% dan diikuti oleh variabel kualitas produk (X_1) dengan pengaruh sebesar 13,9%.

2. Pengujian Hipotesis

A. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji Statistik F)

Untuk menguji apakah variabel kualitas produk dan citra merk secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas responden, maka dilakukan pengujian hipotesis simultan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, Artinya, tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan citra merk terhadap loyalitas responden *Distro Airplane System* Bandung.

$H_1 : \beta_i \neq 0$, Artinya, terdapat pengaruh kualitas produk dan citra merk terhadap Loyalitas responden *Distro Airplane System* Bandung.

Taraf signifikansi (α) : 0,05

Kriteria uji : tolak H_0 jika nilai F-hitung > F-tabel, terima H_a jika nilai F-hitung < F-tabel

Nilai statistik uji F dapat diketahui dari tabel output berikut:

Tabel 4.41
Pengujian Hipotesis Simultan

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	324.998	2	162.499	34.772	.000[a]
	Residual	453.303	97	4.673		
	Total	778.301	99			

a. Predictors: (Constant), Citra Merk, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel output di atas, dapat diketahui nilai F hitung sebesar 34,772. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F tabel. Dengan α=05, db_1=2 dan db_2=97, diketahui nilai F tabel sebesar 3,145. Dari nilai-nilai di atas, diketahui nilai F hitung (34,772) > F tabel (3,090), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari kualitas produk (X_1) dan citra merk (X_2) terhadap loyalitas responden (variabel Y). Untuk melihat lebih rinci pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat, berikut disajikan uji hipotesis secara parsial menggunakan uji t.

B. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t)

a. Pengujian X_1

Ho : $\beta_1 = 0$ Kualitas produk kaos secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas responden

Ha : $\beta_1 \neq 0$ Kualitas produk kaos secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas responden

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak Ho jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_1 sebagai berikut:

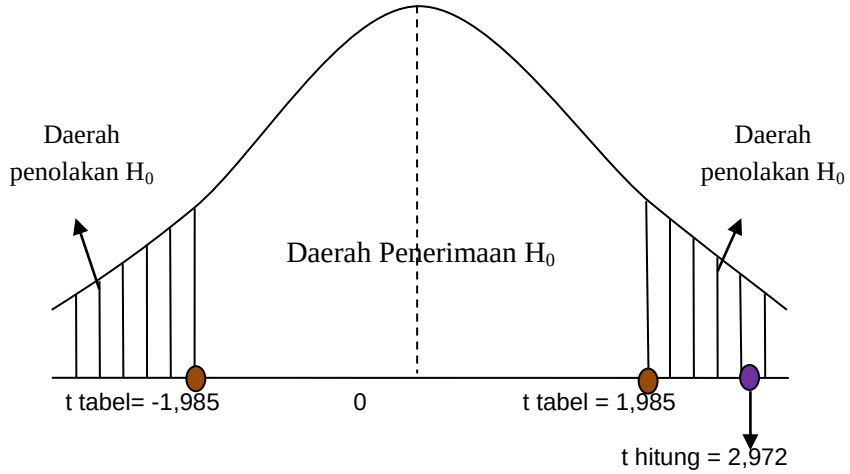
Tabel 4.42
Pengujian Hipotesis Parsial X_1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.206	1.653		.125	.901
	Kualitas Produk	.178	.060	.271	2.972	.004
	Citra Merk	.351	.069	.461	5.052	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t hitung untuk kualitas produk kaos sebesar 2,972. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=05, df=n-k-2=100-2-1=97, diperoleh nilai t tabel sebesar ± 1,985. Diketahui bahwa t hitung untuk X_1 sebesar 2,972 > nilai t tabel (±1,985), maka Ho ditolak artinya kualitas produk kaos secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas responden. Jika digambarkan, nilai t hitung dan t tabel untuk pengujian parsial X_1 tampak sebagai berikut:



Gambar 4.2 Kurva Uji Hipotesis Parsial X_1 terhadap Y

b. Pengujian X_2

Ho : $\beta_2 = 0$ Citra merk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas responden

Ha : $\beta_2 \neq 0$ Citra merk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas responden

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak Ho jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_2 sebagai berikut:

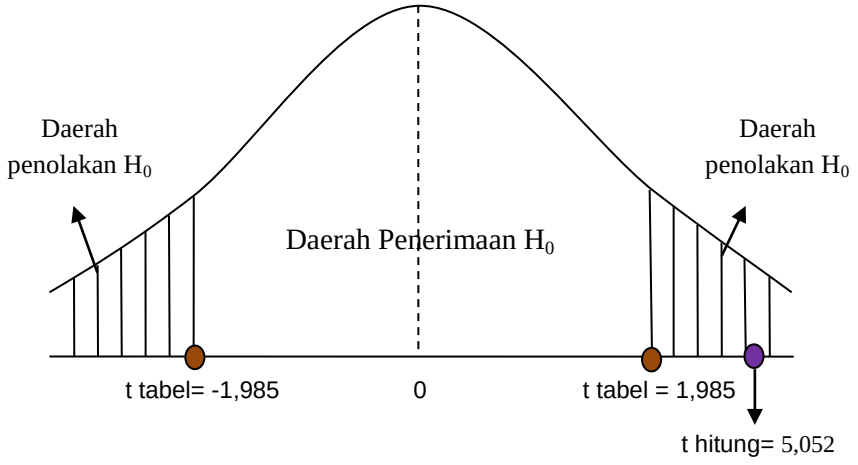
Tabel 4.43
Pengujian Hipotesis Parsial X_2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.206	1.653		.125	.901
	Kualitas Produk	.178	.060	.271	2.972	.004
	Citra Merk	.351	.069	.461	5.052	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t hitung untuk citra merk sebesar 552. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=05, df=n-k-2=100-2-1=97, diperoleh nilai t tabel sebesar ± 1,985. Diketahui bahwa t hitung untuk X_1 sebesar 552 > nilai t tabel (±1,985), maka Ho ditolak artinya citra merk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas responden. Jika digambarkan, nilai t hitung dan t tabel untuk pengujian parsial X_1 tampak sebagai berikut:



Gambar 4.3 Kurva Uji Hipotesis Parsial X_2 terhadap Y