

BAB III
HASIL PENELITIAN

Hasil jawaban dari 100 responden akan didiskripsikan pada bab ini. Dalam penelitian ini dalam menyebarkan kuisisioner yaitu dengan menggunakan google form yang dikirimkan kepada responden yang menggunakan kartuHalo.

1.1. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden yang digunakan merupakan pelanggan dari kartuHalo berdasarkan pekerjaan, usia serta jenis kelamin. Dengan jumlah 100 responden yang digunakan pada penelitian ini. Karakteristik responden akan dijabarkan pada tabel :

1.1.1. Jenis Kelamin

Tabel 3. 1.Karakteristik Responden (N = 100)

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki - Laki	54	54%
Perempuan	46	46%
Total	100	100%

(Data primer 2021)

Berdasarkan tabel 3.1. karakteristik responden untuk responden yang mengisi kuisisioner didominasi oleh pria sebanyak 54 responden, dan perempuan relatif lebih sedikit dibandingkan pria yaitu 46 responden.

1.1.2. Usia

Tabel 3. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia (N= 100)

Usia	Jumlah	Persentase
17 - 22	2	2
23 - 28	48	48
29 - 34	21	21
35 - 44	23	23
>45	6	6
Total	100	100

(Data primer 2021)

Mengacu pada tabel 3.2. diatas memperlihatkan responden yang mengisi kuisioner paling banyak didominasi oleh pelanggan dengan usia 23-28 dimana usia ini dapat dikatakan pada kategori usia dewasa. Untuk jumlah pelanggan dengan usia >45 relatif paling sedikit dimana untuk usia ini tergolong pada usia paruh baya.

1.1.3. Pekerjaan

Tabel 3. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan (N= 100)

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Swasta	42	42
PNS/BUMN	11	11
Wiraswasta	17	17
Lainnya	30	30
Total	100	100

(Data primer 2021)

Mengacu pada tabel 3.3. memperlihatkan responden yang mengisi kuisisioner paling banyak didominasi oleh responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta sebesar 42 responden. Sedangkan jumlah responden yang relatif paling sedikit yaitu responden yang bekerja sebagai pegawai PNS/BUMN sejumlah 11 responden.

1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas sangat penting dalam sebuah penelitian dimana digunakan untuk menunjukkan kinerja instrumen pernyataan dalam mengukur kelayakannya sebagai kuesioner penelitian. Pengukuran konsistensi pada setiap instrumen pernyataan yang digunakan tersebut akan ditampilkan oleh uji realibilitas.

Uji Validitas

Dalam uji validitas pada setiap indikator variabel, metode yang digunakan yaitu membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} pada setiap instrumen pernyataan. Untuk uji signifikansi ini dinyatakan valid apabila r_{hitung} memiliki nilai tidak lebih kecil dari r_{tabel} (Ghozali, 2011:53). Hasil uji validitas per variabel akan dtuangkan pada tabel :

Tabel 3. 4. Kualitas Pelayanan

Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KP.1.	.496	.361	✓
KP..2.	.736	.361	✓
KP.3.	.679	.361	✓

KP.4.	.725	.361	✓
KP.5.	.6	.361	✓
KP.6.	.675	.361	✓
KP..7.	.635	.361	✓
KP.8.	.771	.361	✓
KP.9.	.751	.361	✓
KP.10.	.84	.361	✓
KP.11.	.737	.361	✓

(Data primer 2021)

Berlandaskan tabel 3.4 diatas dalam uji validitas yang telah diperoleh untuk indikator variabel kualitas pelayanan yang selanjutnya akan disebut dengan “KP” yaitu seluruhnya sebanyak 11 indikator telah mencukupi kriteria guna mendiskripsikan variabel yang diukur dimana hasil yang didapat bahwa r tabel tidak lebih besar dari r hitung. Dan dapat disimpulkan untuk pengukuran pada variabel kualitas pelayanan dilakukan dengan menggunakan 11 indikator pernyataan.

Tabel 3. 5. Citra Merek

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
C.M.1.	.661	.361	✓
C.M.2.	.775	.361	✓
C.M.3.	.821	.361	✓
C.M.4.	.785	.361	✓
C.M.5.	.804	.361	✓
C.M.6.	.807	.361	✓
C.M.7.	.592	.361	✓

(Data primer 2021)

Berlandaskan pada tabel 3.5 diatas dalam uji validitas yang telah diperoleh untuk indikator variabel citra merek yang selanjutnya akan disebut “CM”, yaitu seluruhnya sebanyak 7 indikator telah mencukupi kriteria guna mendiskripsikan variabel yang diukur dimana hasil yang didapat bahwa r tabel tidak lebih besar dari r hitung. Dan dapat disimpulkan untuk pengukuran pada variabel citra merek dilakukan dengan menggunakan 7 indikator pernyataan.

Tabel 3. 6. Kepuasan

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
K.1.	.734	.361	✓
K.2.	.821	.361	✓
K.3.	.694	.361	✓
K.4.	.807	.361	✓
K.5.	.842	.361	✓
K.6.	.717	.361	✓
K.7.	.727	.361	✓
K.8.	.677	.361	✓
K.9.	.793	.361	✓
K.10.	.817	.361	✓
K.11.	.858	.361	✓

(Data primer 2021)

Berdasarkan tabel 3.6 diatas dalam uji validitas yang telah diperoleh untuk indikator variabel kepuasan yang selanjutnya akan disebut dengan “K”, seluruhnya yaitu sebanyak 11 indikator telah mencukupi kriteria guna mendiskripsikan variabel yang diukur dimana hasil yang didapat bahwa r tavel tidak lebih besar dari r hitung. Dan dapat disimpulkan untuk pengukuran pada variabel kepuasan dilakukan dengan menggunakan 11 indikator pernyataan.

Tabel 3. 7. Loyalitas

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
L.1.	.573	.361	✓
L.2.	.834	.361	✓
L.3.	.806	.361	✓
L.4.	.804	.361	✓

(Data primer 2021)

Berlandaskan pada tabel 3.7 diatas dalam uji validitas yang telah diperoleh untuk indikator variabel loyalitas yang selanjutnya akan disebut dengan “L”, seluruhnya yaitu sebanyak 4 indikator telah mencakup kriteria guna mendiskripsikan variabel yang diukur dimana hasil yang didapat bahwa r tabel tidak lebih besar dari r hitung. Dan dapat disimpulkan untuk pengukuran pada variabel loyalitas dilakukan dengan menggunakan 4 indikator pernyataan.

Uji Reliabilitas

Dalam hal ini dilakukan pengujian reliabilitas yang berfungsi untuk mengukur reliabilitas pada setiap variabel. Hasilnya akan dituangkan pada tabel :

Tabel 3. 8. Reliabilitas

No	Variabel	Hasil	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0.891	Reliabel
2	Citra Merek	1.196	Reliabel
3	Kepuasan	1.088	Reliabel
4	Loyalitas	1.328	Reliabel

(Data primer 2021)

Berdasarkan pada tabel 3.8 diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas untuk 30 pernyataan telah diketahui bahwa seluruh pernyataan berada pada tingkat reliabilitas diatas 0.60. Instrumen dapat dinyatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari ($>$) 0.60. Dan dari tabel diatas diperoleh kesimpulan keempat variabel pada penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

1.3. Deskripsi Variabel Penelitian

1.3.1. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan merupakan sebuah tindakan dan kemampuan karyawan dari suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh kesungguhan hati berkomitmen menyuguhkan pelayanan yang terbaik. Responden diminta ketersediaannya untuk menjawab pertanyaan mengenai kualitas pelayanan karyawan PT. Telkomsel Semarang. Variabel kualitas pelayanan yang selanjutnya akan disebut dengan “KP” diukur melalui 11 butir pernyataan. Hasil jawaban dari reponden pada variabel kualitas pelayanan dituangkan dalam tabel :

Tabel 3. 9. Analisis Variabel Kualitas Pelayanan (N = 100)

No	Item pertanyaan	Jumlah responden	Skor															Skor Total	Mean
			5			4			3			2			1				
			F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%		
1	X1.1	100	31	155	31	62	248	62	7	21	7	0	0	0	0	0	0	424	4.24
2	X1.2	100	43	215	43	52	208	52	5	15	5	0	0	0	0	0	0	438	4.38
3	X1.3	100	43	215	43	52	208	52	5	15	5	0	0	0	0	0	0	438	4.38
4	X1.4	100	33	165	33	56	224	56	11	33	11	0	0	0	0	0	0	422	4.22
5	X1.5	100	36	180	36	55	220	55	9	27	9	0	0	0	0	0	0	427	4.27
6	X1.6	100	32	160	32	57	228	57	11	33	11	0	0	0	0	0	0	421	4.21
7	X1.7	100	25	125	25	63	252	63	11	33	11	1	2	1	0	0	0	412	4.12
8	X1.8	100	32	160	32	53	212	53	14	42	14	1	2	1	0	0	0	416	4.16
9	X1.9	100	26	130	26	63	252	63	11	33	11	0	0	0	0	0	0	415	4.15
10	X1.10	100	19	95	19	73	292	73	8	24	8	0	0	0	0	0	0	411	4.11
11	X1.11	100	18	90	18	65	260	65	16	48	16	1	2	1	0	0	0	400	4
Mean Skor Variabel																			4.2

(Data primer 2021)

Keterangan :

KP.1 : Pelayanan karyawan yang ramah

KP.2 : Ruang pelayanan yang bersih dan nyaman

KP.3 : Kemudahan administrasi dalam membayar kartuHalo

KP.4 : Cara kerja karyawan yang profesional

KP.5 : Memberikan standart pelayanan yang baik

KP.6 : Penyampaian informasi yang baik dan jelas

KP.7 : Penanganan yang baik dan solutif terhadap keluhan

KP.8 : Pelayanan yang cepat

KP.9 : Mampu menyelesaikan permasalahan

KP.10 : Mengetahui segala permasalahan dan membantu menyelesaikan

KP.11 : Jaminan terhadap kesalahan kinerja dengan bertanggungjawab penuh atas kesalahan karyawan yang dilakukan

Sesuai dengan hasil tabel 3.9 penilaian *mean* responden terhadap variabel KP adalah sebanyak 4.2 yang berarti bahwa penilaian mengenai kualitas pelayanan pada karyawan Telkomsel di Kota Semarang adalah baik. Adapun item pernyataan bernilai mean tertinggi yaitu pada item KP.2 dan KP.3 sebesar 4.38 dimana pada KP.2 mayoritas responden setuju bahwa Telkomsel memberikan ruang pelayanan yang bersih dan nyaman, dan pada KP.3 mayoritas responden setuju bahwa Telkomsel memberikan kemudahan administrasi dalam membayar kartuHalo. Selain itu pada item KP.5 memiliki rata-rata yang tinggi sebesar 4.27 yang artinya mayoritas responden juga menyetujui bahwa karyawan Telkomsel telah memberikan standar pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Sedangkan nilai *mean* terendah adalah pada item KP.11 sebesar 4 pada kategori mengenai Telkomsel memberikan jaminan terhadap kesalahan kinerja dengan bertanggungjawab penuh atas kesalahan karyawan yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan jarang terjadinya kesalahan yang dilakukan oleh pihak Telkomsel atau karyawan Telkomsel yang dapat merugikan pelanggan. Selain itu ada

1.3.2. Hasil Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Hasil jawaban variabel KP kemudian dikategorikan dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi. Interval kategorisasi kualitas pelayanan dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$I = \frac{(11 \times 5) - (11 \times 1)}{2}$$

$$= \frac{55 - 11}{2}$$

= 22

Setelah diketahui interval dari batas bawah serta batas atas, selanjutnya dibagi menjadi dua (2) kategori ialah “Tinggi” serta “Rendah”. Kedua kategori tersebut mempunyai rentang data 22. Kategorisasi variabel kualitas pelayanan selanjutnya dituang pada tabel :

Tabel 3. 10. Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan

Kategorisasi	Interval	Frekuensi	Persentase
Tinggi	>33 - 55	100	100
Rendah	>11 - 33	0	0
Jumlah		100	100

(Data primer 2021)

Berlandaskan tabel 3.10 diatas variabel kualitas pelayanan dengan presentase 100% berada dalam kategori tinggi yang artinya dapat dikatakan sangat baik, dapat dilihat pada hal ini dari 100 jawaban responden dari 100 responden berada pada katgori sangat tinggi.

1.3.3. Deskripsi Variabel Citra Merek (X2)

Sebuah keyakinan yang ada di benak pelanggan terhadap telkomsel merupakan citra merek. Variabel citra merek selanjutnya akan disebut dengan “CM”diukur melalui 7 butir pernyataan.. Hasil jawaban dari reponden pada variabel citra merek dituangkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3. 11. Analisis Variabel Citra Merek (N = 100)

No	Item pertanyaan	Jumlah responden	Skor															Skor Total	Mean
			5			4			3			2			1				
			F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%		
1	X2.1	100	28	140	28	49	196	49	23	69	23	0	0	0	0	0	0	405	4.05
2	X2.2	100	31	155	31	49	196	49	20	60	20	0	0	0	0	0	0	411	4.11
3	X2.3	100	27	135	27	48	192	48	25	75	25	0	0	0	0	0	0	402	4.02
4	X2.4	100	36	180	36	38	152	38	25	75	25	1	2	1	0	0	0	409	4.09
5	X2.5	100	26	130	26	50	200	50	24	72	24	0	0	0	0	0	0	402	4.02
6	X2.6	100	26	130	26	50	200	50	24	72	24	0	0	0	0	0	0	402	4.02
7	X2.7	100	22	110	22	53	212	53	25	75	25	0	0	0	0	0	0	397	3.97
Mean Skor Variabel																		4.04	

(Data primer 2021)

Keterangan :

C.M.1. : Mengenali logo produk kartuHalo

C.M.2. : Kualitas produk baik

C.M.3. : Pelanggan memiliki persepsi baik terhadap produk

C.M.4. : Manfaat dari produk

C.M.5. : Kepuasan terhadap produk

C.M.6. : Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapati.

C.M.7. : Menggunakan produk terus menerus

Sesuai dengan hasil tabel 3.11 penilaian *mean* responden terhadap variabel citra merek adalah sebanyak 4.04 yang berarti bahwa penilaian mengenai citra merek pada PT Telkomsel di Kota Semarang adalah baik. Adapun item pernyataan bernilai mean tertinggi yaitu pada item CM.2 sebesar 4.11 dimana pada item CM.2 mayoritas responden setuju bahwa Telkomsel memberikan kualitas produk kartuHalo yang baik, dan pada CM.4 mayoritas responden setuju bahwa dengan menggunakan produk Telkomsel yaitu kartuHalo pelanggan dapat merasakan manfaat yang

diharapkan dalam menggunakan produk tersebut. Selain itu pada item CM.1 memiliki nilai diatas rata-rata yaitu sebesar 4.05 yang artinya mayoritas responden juga mengenali logo produk kartuHalo dengan baik.

Sedangkan nilai *mean* terendah adalah pada item CM.7 sebesar 3.97 pada kategori mengenai penggunaan produk kartuHalo secara terus menerus atau membayar tagihan lebih dari tiga kali.

1.3.4. Hasil Kategorisasi Variabel Citra Merek

Perhitungan Interval kategorisasi variabel citra merek dihitung dengan rumus :

$$I = \frac{(7 \times 5) - (7 \times 1)}{2}$$

$$= \frac{35 - 7}{2}$$

$$= 14$$

Setelah diketahui interval dari batas bawah serta batas atas, selanjutnya dibagi menjadi tdua (2) kategori ialah “Tinggi” serta “Rendah”. Kedua kategori tersebut mempunyai rentang data 14. Kategorisasi variabel cityra merek selanjutnya dituangkan pada tabel :

Tabel 3. 12. Kategorisasi Variabel Citra Merek (N = 100)

Kategorisasi	Interval	Frekuensi	Persentase
Tinggi	>21 - 35	77	77
Rendah	>7 - 21	23	23
Jumlah		100	100

(Data primer 2021)

Berlandaskan tabel 3.12 di atas variabel citra merek dengan presentase 77% berada dalam kategori tinggi yang artinya dapat dikatakan sangat baik, dapat dilihat pada hal ini dari 77 jawaban responden dari 100 responden berada pada katgori sangat tinggi.

1.3.5. Deskripsi Variabel Kepuasan (Z)

Kepuasan menggunakan kartuHalo merupakan kondisi yang dirasakan pelanggan setelah mendapat pengalaman suatu kinerja dan hasil yang dari menggunakan produk kartuHalo telah memenuhi berbagai harapan. Variabel kepuasan yang selanjutnya akan disebut “K” diukur melalui 11 butir pernyataan. Hasil jawaban dari reponden pada variabel kepuasan dituangkan pada tabel :

Tabel 3. 13. Analisis Variabel Kepuasan (N = 100)

No	Item pertanyaan	Jumlah responden	Skor															Skor Total	Mean
			5			4			3			2			1				
			F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%		
1	Z.1	100	17	85	17	77	308	77	6	18	6	0	0	0	0	0	0	411	4.11
2	Z.2	100	21	105	21	72	288	72	7	21	7	0	0	0	0	0	0	414	4.14
3	Z.3	100	21	105	21	76	304	76	3	9	3	0	0	0	0	0	0	418	4.18
4	Z.4	100	16	80	16	73	292	73	11	33	11	0	0	0	0	0	0	405	4.05
5	Z.5	100	19	95	19	64	256	64	17	51	17	0	0	0	0	0	0	402	4.02
6	Z.6	100	29	145	29	61	244	61	10	30	10	0	0	0	0	0	0	419	4.19
7	Z.7	100	22	110	22	64	256	64	14	42	14	0	0	0	0	0	0	408	4.08
8	Z.8	100	21	105	21	64	256	64	15	45	15	0	0	0	0	0	0	406	4.06
9	Z.9	100	27	135	27	56	224	56	17	51	17	0	0	0	0	0	0	410	4.1
10	Z.10	100	23	115	23	66	264	66	11	33	11	0	0	0	0	0	0	412	4.12
11	Z.11	100	24	120	24	68	272	68	8	24	8	0	0	0	0	0	0	416	4.16
Mean Skor Variabel																			4.11

(Data primer 2021)

Keterangan :

K.1 : Kepercayaan menggunakan produk

K.2 : Ketulusan menggunakan produk

K.3 : Reputasi produk

K.4 : Integritas produk

- K.5 : Akan merekomendasikan ke orang lain
- K.6 : Akan berkunjung kembali karena pelayanan yang baik
- K.7 : Produk sesuai atau dapat melebihi dari harapan
- K.8 : Pelayanan oleh karyawan sesuai atau dapat melebihi dari apa yang diharapkan
- Z.9 : Fasilitas penunjang sesuai atau dapat melebihi dari apa yang diharapkan
- Z.10 : Keandalan produk yang diberikan
- Z.11 : Konsistensi produk yang diberikan

Sesuai dengan hasil tabel 3.13 penilaian *mean* responden terhadap variabel kepuasan adalah sebanyak 4.11 yang berarti bahwa penilaian mengenai kepuasan pada produk kartuHalo di Kota Semarang adalah baik. Adapun item pernyataan bernilai mean tertinggi yaitu pada item K.6 sebesar 4.19 dimana pada item ini mayoritas responden setuju akan berkunjung kembali dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Telkomsel baik. Selain itu item yang memiliki nilai diatas rata-rata adalah pada item K.3 mayoritas responden setuju bahwa produk kartuHalo mendapatkan reputasi yang baik. Item yang memiliki nilai diatas rata-rata juga terdapat pada item K.11 sebesar 4.16 dimana mayoritas responden setuju bahwa kartuHalo terus konsisten dalam memberikan fasilitas yang seharusnya didapatkan tanpa mengurangi fasilitas yang seharusnya.

Sedangkan nilai *mean* terendah adalah pada item K.5 sebesar 4.02 pada kategori mengenai apakah akan merekomendasikan ke orang lain tentang produk kartuHalo.

1.3.6. Hasil Kategorisasi Variabel Kepuasan

Perhitungan Interval kategorisasi variabel kepuasan dihitung dengan rumus :

$$I = \frac{(11 \times 5) - (11 \times 1)}{2}$$

2

$$= \frac{55 - 11}{2}$$

2

$$= 22$$

Setelah diketahui interval dari batas bawah serta batas atas, selanjutnya dibagi menjadi dua (2) kategori ialah “Tinggi” serta “Rendah”. Kedua kategori tersebut mempunyai rentang data 22.

Kategorisasi variabel kepuasan selanjutnya dituang pada tabel :

Tabel 3. 14. Kategorisasi Variabel Kepuasan (N = 100)

Kategorisasi	Interval	Frekuensi	Persentase
Tinggi	>33 - 55	100	100
Rendah	>11 - 33	0	0
Jumlah		100	100

(Data primer 2021)

Berlandaskan tabel 3.14 di atas variabel kepuasan dengan presentase 100% berada dalam kategori tinggi yang artinya dapat dikatakan sangat baik, hal ini dapat dilihat dari 100 jawaban responden dari 100 responden berada pada katgori sangat tinggi.

1.3.7. Deskripsi Variabel Loyalitas (Y)

Loyalitas menggunakan kartuHalo merupakan keadaan dimana pelanggan terus menerus menggunakan produk kartuHalo. Variabel loyalitas yang selanjutnya akan disebut dengan “L”

diukur melalui 4 butir pernyataan. Hasil jawaban dari reponden pada variabel kepuasan dituangkan pada tabel :

Tabel 3. 15. Analisis Variabel Loyalitas (N = 100)

No	Item pertanyaan	Jumlah responden	Skor															Skor Total	Mean
			5			4			3			2			1				
			F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%		
1	Y.1	100	25	125	25	62	248	62	13	39	13	0	0	0	0	0	0	412	4.12
2	Y.2	100	24	120	24	39	156	39	36	108	36	1	2	1	0	0	0	386	3.86
3	Y.3	100	26	130	26	36	144	36	38	114	38	0	0	0	0	0	0	388	3.88
4	Y.4	100	18	90	18	38	152	38	35	105	35	1	2	1	8	8	8	357	3.57
Mean Skor Variabel																		3.85	

(Data primer 2021)

Keterangan :

L.1 : Melakukan pembayaran secara teratur dan tepat waktu

L.2 : Mereferensikan ke orang lain

L.3 : Menunjukkan tidak mudah untuk terpengaruh oleh produk sejenis dari merek lainnya

L.4 : Akan tetap mencari produk tersebut ditempat lain sampai dapat jika ditempat yang dicari tidak tersedia

Sesuai dengan hasil tabel 3.15 nilai *mean* responden terhadap variabel loyalitas adalah sebanyak 3.85 yang berarti bahwa penilaian mengenai loyalitas pada produk kartuHalo di Kota Semarang adalah baik. Adapun item pernyataan bernilai mean tertinggi yaitu pada item L.1 sebesar 4.12 dimana pada item ini mayoritas responden setuju akan melakukan pembayaran secara teratur dan tepat waktu. Selain itu item yang memiliki nilai diatas rata-rata adalah pada item L.3 mayoritas responden setuju bahwa tidak mudah untuk terpengaruh oleh produk sejenis dari merek lainnya.

Sedangkan nilai *mean* terendah adalah pada item L.4 sebesar 3.57 pada kategori mengenai akan tetap mencari produk kartuHalo ditempat lain sampai dapat jika ditempat yang dicari tidak tersedia.

1.3.8. Hasil Kategorisasi Variabel Loyalitas

Perhitungan Interval kategorisasi variabel loyalitas dihitung dengan rumus :

$$I = \frac{(4 \times 5) - (4 \times 1)}{2}$$

$$= \frac{24 - 4}{2}$$

$$= 12$$

Setelah diketahui interval dari batas bawah serta batas atas, selanjutnya dibagi menjadi tdua (2) kategori ialah “Tinggi” serta “Rendah”. Kedua kategori tersebut mempunyai rentang data 12. Kategorisasi variabel loyalitas selanjutnya dituang dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 3. 16. Kategorisasi Variabel Loyalitas (N = 100)

Kategorisasi	Interval	Frekuensi	Persentase
Tinggi	>16 - 28	36	36
Rendah	>4 - 16	64	64
Jumlah		100	100

(Data primer 2021)

Berlandaskan tabel 3.16 di atas variabel loyalitas dengan presentase 64% berada dalam kategori rendah, dapat dilihat pada hal ini dari 64 jawaban responden dari 100 responden berada pada katgori rendah.