

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Profil Usaha

1. Sejarah Singkat Sate Taichan Nyot-Nyot

Pada bulan Juni sampai Desember 2016 Dedy Setiawan, A.MD bersama teman-teman sedang berusaha untuk mencari usaha yang *fast profit*, dan kebetulan saat itu ada salah satu investor yang memberitahu mengenai kuliner sate taichan yang sedang viral di tahun 2017. Pada bulan Maret 2017 Dedy Setiawan, AMD melakukan survey pada kuliner sate taichan nyot-nyot di taman palem lestari daerah Jakarta Barat. Pada akhirnya, setelah beliau mencicipi langsung Sate Taichan Nyot-nyot kemudian beliau tertarik untuk mencoba usaha kuliner Sate Taichan Nyot-nyot ini ke Kalimantan. Kemudian beliau langsung melakukan perjanjian bisnis dengan *franchise* sate taichan nyot-nyot di taman palem lestari Jakarta Barat.

Sepulangnya dari Jakarta beliau mulai mempersiapkan untuk membuka usaha kuliner Sate Taichan Nyot-nyot di daerah Banjarbaru sesuai dengan *schedule* yang telah disusun oleh Dedy Setiawan, A.MD, bersama Dedi Prasetyo, S.KOM, Gusti Fuja, dan Al Hayat. Kemudian mereka sepakat untuk membuka bisnis ini di pertengahan bulan april 2017.

Dari bulan April 2017 sampai bulan Oktober 2017 bisnis sate taichan ini sangat menolong finansial Dedy Setiawan, A.MD dan kawan-kawan yang pada mulanya memiliki bisnis lain yang hampir bubar. Pada bulan Oktober 2017 mereka membuka outlet baru di daerah Banjarmasin. Daerah ini dipilih karena masyarakatnya yang senang dengan wisata kuliner pada malam hari.

Dari bulan Oktober 2017 hingga saat ini bisnis ini masih berdiri dan menjadi salah satu makanan yang diminati oleh masyarakat.

Hal yang menjadi pembeda antara sate taichan nyot-nyot dengan merek sate taichan lain adalah :

1. Rasa original yang mempertahankan rasa khas Sate Taichan Nyot-nyot yang ada di Jakarta.
2. Kualitas daging ayam yang dipergunakan untuk membuat sate selalu *fresh*
3. Racikan bumbu yang terus di dijaga kualitasnya.
4. Promosi yang unik dengan mengadakan *event-event*.

Adapun pemilihan lokasi disekitar bundaran Kayu Tangi dan di jalan Veteran Banjarmasin berdasarkan beberapa pertimbangan diantaranya :

1. Telah melakukan *survey* lokasi.
2. Target utama adalah anak muda atau yang disebut sekarang adalah kaum milenial yang suka makan makanan pedas. dan rata rata omset per malam 2 juta per outlet.

B. Karakteristik Responden

Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada responden yang merupakan para pedagang di pasar karamat barabai. Data hasil kuesioner dapat digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden yang dalam penelitian ini meliputi 3 (tiga) kategori, antara lain jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir. Adapun, karakteristik responden berdasarkan kategori tersebut dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini.

a. Jenis kelamin Responden

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Laki-Laki	18	34,61%
2	Perempuan	34	65,39%
		52	100% %

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian 2019

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa antara responden dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan yang jelas. Karenanya nampak jenis mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu sebanyak 34 orang atau dengan persentasi 65,39%. Sedangkan sisanya lagi adalah responden laki-laki sebanyak 18 orang dengan persentasi sebesar 34,61%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan pembeli dirumah makan Sate Taichan Nyot-nyot lebih banyak perempuan dari pada laki-laki. Akan tetapi, jika kita hendak melakukan perbandingan antara populasi dengan jumlah sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini sangatlah berbeda jauh dalam hal selisih dari pada jumlah pembeli berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, karena dalam penelitian ini selisihnya hanyak 16 orang lebih banyak responden perempuan dibandingkan laki-laki.

b. Usia Responden

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentasi
1	<20 Tahun	-	-
2	20-30 Tahun	26	50%
3	30-40 Tahun	18	34,61%
4	>40 Tahun	8	16%
	Total	52	100%

Sumber: hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa kategori usia para pembeli dirumah makan Sate Taichan Nyot-nyot dengan jumlah responden dalam penelitian ini sebagai berikut: kategori usia kurang dari 20 tahun tidak ada, kategori usia 20-30 tahun sebanyak 26 orang atau dengan persentasi sebesar 50%, kategori usia 30-40 tahun sebanyak 18 orang atau dengan persentasi sebesar 36,61%, kategori usia lebih dari 40 tahun sebanyak 8 orang atau dengan persentasi sebesar 16%. Mayoritas pembeli yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah mereka yang dikategorikan dari usia 20-30 tahun sebanyak 26 orang atau dengan persentasi 50% serta angka ini bisa dikatakan lebih besar dari angka yang lain, sedangkan data yang paling rendah adalah usia kurang dari 20 tahun.

c. Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 4.3. Karakteristik responden Berdasarkan pendidikan terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentasi
1	SMP/Sederajat	6	11,5%
2	SMA/Sederajat	13	25%
3	D1/D2/D3/D4/S1	33	63,5%
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian 2019

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir para pembeli dirumah makan Sate Taichan Nyot-nyot, dengan jumlah responden dalam penelitian ini sebagai berikut: di tingkat , SMP/Sederajat sebanyak 6 orang atau dengan persentase 11,5%, SMA/Sederajat sebanyak 13 orang atau dengan persentase 25%, dan D1/D2/D3/D4/S1 sebanyak 33 orang atau dengan persentase 63,5%

C. Uji Validitas Dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner untuk melihat pernyataan dalam kuesioner yang diisi oleh responden tersebut layak atau belum pertanyaan-pertanyaan tersebut digunakan untuk mengambil data.

a. Uji Validitas

Hasil uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Product Moment (Pearson)*. Dalam uji validitas, kriteria suatu nilai r tabel dapat dilakukan dengan rumus : r tabel (α , n-2) dari *table producy moment*.

Pada uji Validitas ini diketahui bahwa n adalah 52 , dan $\alpha = 5\%$ maka : r_{tabel} (5% , $56-2$) = 0.273. Setiap item pertanyaan akan dikatakan valid jika lebih besar dari 0.273. Adapun uji validitas data adalah sebagai berikut :

Tabel. 4.4. Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Citra Merek	No.1	0,505	0,273.	Valid
	No.2	0,519	0,273.	Valid
	No.3	0,448	0,273.	Valid
	No.4	0,631	0,273.	Valid
	No.5	0,572	0,273.	Valid
	No.6	0,381	0,273.	Valid
	No.7	0,403	0,273.	Valid
	No.8	0,364	0,273.	Valid
	No.9	0,438	0,273.	Valid
	No.10	0,388	0,273.	Valid
	No.11	0,482	0,273.	Valid
	No.12	0,468	0,273.	Valid
	No. 13	0,532	0,273.	Valid
	No.14	0,534	0,273.	Valid
	No.15	0,538	0,273.	Valid
	No.16	0,542	0,273.	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22 (2019)

Berdasarkan tabel validitas tersebut seluruh item pertanyaan dalam instrument penelitian dinyatakan valid, karena rhitung lebih besar dari rtabel 0.273. Oleh karena itu, analisis validitas dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument pertanyaan dinyatakan valid karena semua item nilainya lebihbesar dari 0.273. Dengan demikian, seluruh item pertanyaan dapat dilanjutkan kembali dalam analisis data selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan *Cronchbach's Alpha*. Dalam uji reliabilitas, nilai yang dikatakan reliabel adalah jika Cronbach'Alpha lebih besar dari 0,6 Adapun tabel uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel. 4.5. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,780	16

Sumber :Hasil Olah Data SPSS 22 (2019)

Dari hasil perhitungan uji reliabilitas angket Citra Merek (Y) diperoleh nilai reliabilitas *Croanbach's Alpha* 0,780 dan N of Items 16. Kemudian dibandingkan dengan nilai *Croanbach's Alpha* 0,6 Ghozali (2007:42). Apa bila nilai reliabilitas *Croanbach's Alpha* lebih besar dari 0,90 maka reliabilitas sempurna. Jika nilai *Croanbach's Alpha* antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi. Dan jika nilai *Croanbach's Alpha* 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat. Selanjutnya apabila nilai *Croanbach's Alpha* kurang dari 0,50 maka reliabilitas rendah. Berdasarkan hasil perhitungan dan ketentuan di atas maka dapat

disimpulkan bahwa angket tes dinyatakan reliabel dan nilai *Croanbach's Alpha* 0,780 memiliki reliabilitas yang tinggi.

D. Deskripsi Variabel

Data yang penulis peroleh daripada hasil pembagian angket/kuesioner kepada beberapa konsumen dengan 52 responden akan dilakukan penjabaran dari deskripsi variabel mengenai Citra Merek (X) Terhadap Volume Penjualan (Y).

Tabel 4.6. Karyawan Sate Taichan Nyot-nyot cekatan dalam menangani kebutuhan pesanan anda.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	25	48%
2	Setuju (S)	27	52%
3	Tidak Setuju (TS)	-	-
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.7. Karyawan Sate Taichan Nyot-nyot memberikan perhatian serius terhadap anda ketika tempat penuh.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	28	53,8%
2	Setuju (S)	24	46,2%
3	Tidak Setuju (TS)	-	-
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.8. Karyawan Sate Taichan Nyot-nyot selalu bersikap sopan dan sabar kepada anda.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	21	40,4%
2	Setuju (S)	31	59,6%
3	Tidak Setuju (TS)	-	-
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.9. Karyawan Sate Taichan Nyot-nyot memberikan perhatian secara individu kepada anda.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	31	59,6%
2	Setuju (S)	21	40,4%
3	Tidak Setuju (TS)	-	-
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.10. Karyawan Sate Taichan Nyot-nyot memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status social.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	33	64,5 %
2	Setuju (S)	19	36,5%
3	Tidak Setuju (TS)	-	-
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.11. Saya tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan ataupun minuman.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	30	57,7%
2	Setuju (S)	19	36,5%
3	Tidak Setuju (TS)	3	5,8%
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.12. Sate Taichan Nyot-nyot selalu menjaga kebersihan dan kesegeran makan dan minuman.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	37	71,1%
2	Setuju (S)	15	28,9%
3	Tidak Setuju (TS)		-
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.13. Citra rasa menu yang di sajikan Sate Taichan Nyot-nyot selalu sama setiap anda berkunjung.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	33	63,5%
2	Setuju (S)	19	36,5%
3	Tidak Setuju (TS)	-	-
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.14. Sate Taichan Nyot-nyot memiliki jam buka yang sesuai.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	28	53,8%
2	Setuju (S)	23	44,2%
3	Tidak Setuju (TS)	1	1,9%
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.15. Sate Taichan Nyot-nyot memiliki tempat yang nyaman dan mudah di temukan.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	29	55,7%
2	Setuju (S)	23	44,2%
3	Tidak Setuju (TS)	-	-
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.16. Fasilitas perlengkapan yang di sediakan Sate Taichan Nyot-nyot (kursi, meja, wastafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	29	55,7%
2	Setuju (S)	23	44,2%
3	Tidak Setuju (TS)	-	-
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.17. Saya dalam membeli suatu produk selalu memperhatikan kualitas yang ada di dalam nya.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	30	57,7%
2	Setuju (S)	22	43,3%
3	Tidak Setuju (TS)	-	-
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.18. Produk di Rumah Makan Sate Taichan Nyot-nyot menggunakan ayam yang segar.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	26	50%
2	Setuju (S)	26	50%
3	Tidak Setuju (TS)	-	-
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.19. Saya merasa puas dengan kualitas produk Rumah Makan Sate Taichan Nyot-nyot.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	33	63,5%
2	Setuju (S)	19	36,5%
3	Tidak Setuju (TS)	-	-
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.20. Saya selalu mempertibangkan barang yang saya beli.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	26	50%
2	Setuju (S)	26	50%
3	Tidak Setuju (TS)	-	-
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

Tabel 4.21. Harga produk yang di tawarkan Rumah Makan Sate Taichan Nyot-nyot terjangkau.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	30	57,7%
2	Setuju (S)	22	43,3%
3	Tidak Setuju (TS)	-	-
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Total	52	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2019

E. Uji Asumsi Klasik

Hipotesis penelitian diuji dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Dalam analisis regresi linier harus terpenuhi beberapa pengujian prasyarat analisis atau asumsi klasik, yang antara lain adalah asumsi normalitas, dan Linieritas. Asumsi tersebut harus dapat terpenuhi agar dapat diperoleh persamaan regresi yang akurat.

a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukan uji normalitas data adalah untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi telah berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah model regresi tersebut normal atau tidak dapat menggunakan dengan uji *One-Sample Kolmogorof Smirnov Test*. Berikut tabel hasil output normalitas dengan metode *One-Sample Kolmogorof Smirnov* dengan program *SPSS 24*. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.22. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	9,4082469
	Std. Deviation	2,54936141
Test Statistic		,114
Asymp. Sig. (2-tailed)		,087 ^c
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22 (2019)

Hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel Citra Merek dan Volume Penjualan menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig (2 tailed) $0,087 > 0,05$. Hal itu menunjukkan bahwa hipotesis nol diterima dan berarti secara keseluruhan variabel berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) berbentuk linear atau tidak. Uji linearitas merupakan uji persyaratan yang biasa dilakukan jika akan melakukan analisis regresi linear. Untuk uji linearitas pada *SPSS 24* digunakan tes *Deviation from Linearity* dengan

taraf signifikan 0,05. Variabel bebas dengan variabel terikat dikatakan mempunyai hubungan yang linear jika nilai signifikan pada Deviation from Linearity $> 0,05$. Hasil perhitungan linearitas untuk variabel Citra Merek (X) dan Volume Penjualan (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.23. Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Volume Penjualan * Citra Merek	Between Groups	(Combined)	1588,498	12	132,375	1,433	,193
		Linearity	440,019	1	440,019	4,762	,035
		Deviation from Linearity	1148,479	11	104,407	1,130	,366
	Within Groups		3603,810	39	92,405		
	Total		5192,308	51			

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22 (2019)

Nilai signifikan pada Deviation from Linearity sebesar $0,366 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa antara variabel X dan Y terdapat hubungan yang linear dan asumsi Deviation from Linearity terpenuhi.

F. Uji regresi linier Sederhana

Analisis linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan terhadap Volume Penjualan. Analisis ini diolah dengan program SPSS 24. Hasil analisis regresi linier berganda ditunjukkan pada tabel 4.22.

Tabel 4.24. Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27,323	20,059		1,362	,179
	Citra Merek	,752	,350	,291	2,152	,036

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22 (2019)

Dari tabel di atas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 27,323 + 0,752 X$$

Keterangan:

Y = Volume Penjualan

X = Citra Merek

Berdasarkan nilai persamaan regresi tersebut dapat kita analisis bahwa nilai konstanta 27,323 maksudnya adalah apabila variabel Citra Merek adalah nol maka nilai Volume penjualan adalah sebesar 27,323. Selanjutnya jika nilai koefisien variabel Citra Merek (X) sebesar = 0,752 maksudnya adalah apabila variabel Citra Merek (X) ditingkatkan sebesar satu satuan atau seratus persen maka nilai Volume Penjualan akan meningkat 0,752. Dari persamaan dapat dilihat bahwa pengaruh Citra Merek terhadap Volume penjualan adalah positif.

G. Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi

Penelitian ini menguji hubungan antara variabel dependen Volume Penjualan dan variabel independen yaitu, Citra Merek. Hipotesis yang di uji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Uji Hipotesis

Berdasarkan perhitungan hasil regresi sebagaimana terlihat pada tabel 4.24, diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,752. Hasil estimasi variabel Harga sebesar nilai $T_{hitung} = 2,152 > T_{tabel} = 1,675$ dan dengan Nilai signifikansi sebesar 0,036 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa Citra Merek berpengaruh terhadap Volume Penjualan (signifikan). Berdasarkan penjelasan di atas berarti bahwa Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan dengan kata lain H_1 diterima dan H_0 ditolak.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara 0,00 sampai dengan 1,00. Koefisien determinasi semakin mendekati angka 0, hal itu menunjukkan garis regresi kurang baik. Sebaliknya, koefisien determinasi yang semakin mendekati 1,00, maka garis regresi semakin baik karena mampu menjelaskan data aktualnya (Widarjono, 2009).

Tabel 4.25. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,591 ^a	,485	,366	9,74914
a. Predictors: (Constant), Citra Merek				

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22 (2018)

Pada tabel terlihat *Adjusted R Square* sebesar 0,366, Nilai ini memberikan pengertian Citra merek berpengaruh terhadap Volume penjualan sebesar 36,6%. Sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar analisa penelitian ini atau sisanya 63,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

H. Analisis

Sate Taichan Nyot-nyot adalah sate ayam tanpa sambal kacang sebagaimana sate pada umumnya, Sate Taichan Nyot-nyot memiliki cita rasa pedas yang khas dengan penyajian lontong dan sate, satunya lagi sambal pedas dan bawang putih goreng yang terlihat sempurna. *Variant* sate yang ada di rumah makan Sate Taichan Nyot-nyot ini adalah :

1. daging + kulit (sate ayam)
2. Khusus daging ayam (full daging ayam)
3. Khusus kulit ayam (sate kulit)

Dengan ini konsumen lebih mudah untuk memilih selera sate yang mereka sukai.

Merek Sate Taichan Nyot-nyot memiliki peran meek yang tergolong unik dengan simbol gambar berwarna merah dikombinasikan dengan kata nyot-nyot

menggambarkan pedas yang khas dan terasa nyot-nyot dimulut membuat para konsumen lebih mudah untuk mengingat merek Sate Taichan Nyot-nyot.

Merek Sate Taichan Nyot-nyot menggunakan strategi merek *line extension* yaitu produk yang menggunakan merek yang sama untuk kategori yang sama dikarenakan merek Sate Taichan Nyot-nyot *franchise* dari Taman Palem Lestari Jakarta Barat.

Citra merek Sate Taichan Nyot-nyot sudah tidak diragukan lagi dengan menggunakan kualitas daging ayam yang segar dan pelayanan yang ramah membuat *brand equity* Sate Taichan Nyot-nyot disenangi oleh para konsumen.

Dengan merek yang sudah dikenal di kalangan masyarakat sehingga membuat merek Sate Taichan Nyot-nyot banyak diminati oleh konsumen terlebih lagi konsumen yang sudah mengenal merek ini dari Jakarta Barat tentu menjadi daya tarik tersendiri karena Sate Taichan Nyot-nyot memiliki *brand equity* yang baik sehingga dapat menjadikan volume penjualan meningkat.

Hal ini sesuai dengan teori-teori yang ada pada bab II suatu merek sangatlah penting dalam suatu perbisnisan dengan jaminan kualitas produk dan ciri khas yang mudah di ingat oleh para konsumen sehingga menjadikan merek Sate Taichan Nyot-nyot sangatlah berpengaruh untuk meningkatkan volume penjualan.

Dengan demikian, berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis kondisi empiris dapat diperoleh kesimpulan bahwa Citra merek berpengaruh signifikan terhadap Volume penjualan. Hal ini memperkuat kesimpulan bahwa salah satu pertimbangan keputusan pembelian adalah merek, dimana merek sangat berpengaruh bagi konsumen. Sebuah merek yang terkenal memiliki keistimewaan

tersendiri bagi konsumen. Melihat fakta yang terjadi, konsumen banyak melakukan keputusan pembelian jika produk tersebut memiliki merek yang terkenal dibandingkan dengan produk yang mempunyai merek standar. Koefisien regresi variabel citra merek bernilai positif sebesar 0,752. Nilai T_{hitung} 2,152 > T_{tabel} 1,675 signifikansi menunjukkan angka sebesar 0,036 yang nilainya lebih kecil daripada $\alpha = 0,050$ dan Hal ini menunjukkan variabel Citra merek berpengaruh signifikan terhadap variabel Volume penjualan.