

BAB III

OBJEK METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Ruth McNeil (2005:57) dalam *Business to Business Market Research*, penelitian adalah pengumpulan dan analisis data suatu sampel dari individu-individu atau organisasi yang berkaitan dengan perilaku, karakteristik, sikap, pendapat atau keuangan. Hal tersebut mencakup semua bentuk pemasaran dan penelitian sosial seperti survei konsumen dan industri, investigasi psikologis, observasi dan studi panel.

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*independent variabel*) adalah diferensiasi produk (X) dengan sub variabel *content*, *context* dan *infrastructure*. Kemudian objek penelitian yang menjadi variabel terikat (*dependent variabel*) adalah keputusan pembelian (Y) yang mencakup memilih produk, memilih merek, pemasok atau saluran pembeli, memilih waktu pembelian, dan memilih jumlah pembelian.

Menurut Sugiyono (2012:59), “Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat), sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”.

Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna minuman isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jamani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011, maka akan dilakukan penelitian pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian pada merek Hydro Coco (Studi kasus pada mahasiswa pengguna minuman isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Selain itu karena penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka menurut Husein Umar (2008:45) metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method*, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang) dalam penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti di lapangan. Pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu, sehingga penelitian ini merupakan *one-shot* atau *cross sectional*.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan jenis variabel yang diteliti maka penelitian yang dilakukan adalah penelitian non eksperimental yang bersifat deskriptif dan verifikatif. Suharsimi Arikunto (2010:8) menjelaskan bahwa:

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jamani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskriptif tentang ciri-ciri variabel. Sedangkan sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan.

Penelitian deskriptif ini mempunyai maksud untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa pengguna minuman isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011. Sedangkan penelitian verifikatif bermaksud untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian verifikatif ini untuk menguji pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa pengguna minuman isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011.

Mengingat jenis penelitian di atas berupa penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survei explanatory*. Seperti yang diungkapkan Sugiyono (2012:11) “metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya”.

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Informasi yang didapat dalam penelitian ini yaitu: 1) persepsi konsumen terhadap diferensiasi produk yang dilakukan oleh perusahaan Hydro Coco 2) persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk Hydro Coco.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Maholtra (2009:248), yang dimaksud dengan variabel bebas dan variabel terikat yaitu:

Variabel bebas (*independent variable/predictor variable*) merupakan variabel atau alternatif yang dimanipulasi dan yang mempengaruhi diukur dan dibandingkan. Variabel terikat (*dependent variable/criterion variable*) merupakan variabel yang mengukur efek dari variabel independent pada unit tes.

Penelitian ini memiliki variabel-variabel yang akan diteliti yang bersifat saling mempengaruhi. Dalam hal ini, variabel-variabel tersebut juga dapat disebut sebagai objek penelitian. Suharsimi Arikunto (2010:161), menjelaskan bahwa, “Variabel adalah objek penelitian atau apa yang akan menjadi titik perhatian suatu penelitian”.

Sedangkan menurut Sugiyono (2012:59) “Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam suatu penelitian agar bisa dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi diferensiasi produk (X) yang terdiri dari *content*, *context*, dan *infrastructure*

Satria Nurul Ihsan, 2013


Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

terhadap keputusan pembelian (Y) meliputi memilih produk, memilih merek, pemasok atau saluran pembeli, memilih waktu pembelian, dan memilih jumlah pembelian.

Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat terlihat pada Tabel 3.1 berikut ini:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Differentiation</i> (X)	Diferensiasi adalah mengintergrasikan konten (<i>content</i>), konteks (<i>context</i>), dan infrastruktur (<i>infrastructure</i>) dari apa yang ditawarkan kepada pelanggan. Hermawan Kartajaya (2010:26)	 <i>Content</i>	Tingkat kekhasan rasa Hydro Coco dibandingkan minuman isotonik lainnya	Interval	1
			Tingkat kealamian bahan baku Hydro Coco dibandingkan minuman isotonik lainnya	Interval	2
			Tingkat variasi rasa Hydro Coco dibandingkan minuman isotonik lainnya	Interval	3
			Tingkat desain warna pada kemasan Hydro Coco dibandingkan minuman Isotonik lainnya	Interval	4
			Tingkat variasi kemasan Hydro dibandingkan minuman isotonik lainnya	Interval	5
			Tingkat perbedaan logo Hydro Coco dibandingkan minuman isotonik lainnya	Interval	6

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel/ Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Differentiation (X)	Diferensiasi adalah mengintergrasikan konten (<i>content</i>), konteks (<i>context</i>), dan infrastruktur (<i>infrastructure</i>) dari apa yang ditawarkan kepada pelanggan. Hermawan Kartajaya (2010:26)	<i>Context</i>	Tingkat kemenarikan slogan pada kemasan Hydro Coco	Interval	7
			Tingkat keidentikan Hydro Coco dengan minuman Isotonik pada umumnya	Interval	8
			Tingkat kemenarikan adegan Skenario Hydro Coco pada iklan televisi	Interval	9
			Tingkat intensitas tayangan iklan Hydro Coco di Televisi	Interval	10
			Tingkat kesesuaian <i>tagline</i> dengan kesan yang disampaikan	interval	11
		<i>Infrastructure</i>	Tingkat kemudahan memperoleh Hydro Coco di warung atau toko terdekat	Interval	12
			Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Interval	13
Keputusan Pembelian (Y)	<i>Consumer buyer behavior is the buying behavior of final consumer-individuals and households who buy goods and services for personal consumption</i>				

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jamani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel/ Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Keputusan Pembelian (Y)	Perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga, yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Kotler dan Amstong (2012:133)	Pilihan Produk	Tingkat kualitas yang diharapkan oleh konsumen pada saat membeli hydro coco	Interval	14
			Tingkat pertimbangan manfaat yang dapat dirasakan oleh konsumen setelah meminum hydro coco	Interval	15
		Pilihan merek	Tingkat pertimbangan pembelian berdasarkan popularitas merek	Interval	16
			Tingkat pertimbangan pembelian berdasarkan kepercayaan terhadap merek	Interval	17
		Pilihan Penyalur/ Pemasok	Tingkat kemudahan untuk menjangkau dalam waktu singkat dan menyediakan barang yang dibutuhkan	Interval	18
		Waktu Pembelian	Tingkat pertimbangan pembelian dalam menentukan pilihan waktu pembelian disesuaikan dengan keinginan	Interval	19

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jamani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel/ Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Keputusan Pembelian (Y)	Perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga, yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Kotler dan Amstong (2012:133)	Waktu Pembelian	Tingkat pertimbangan pembelian dalam menentukan pilihan waktu pembelian disesuaikan dengan kebutuhan	Interval	20
		Jumlah Pembelian	Tingkat pertimbangan jumlah pembelian berdasarkan banyaknya produk yang dibutuhkan	Interval	21

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan sumber data yang diperlukan dalam kegiatan penelitian. Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Sugiyono (2012:193) menjelaskan bahwa, "Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen". Secara lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.2 berikut ini:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
Tingkat Perekonomian Indonesia Tahun 2012	http://the-marketeers.com/wp-content/uploads/2012/02/Indonesia-outlook-2012.pdf	Sekunder

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
Market Size Industri di Indonesia Tahun 2012	Majalah SWA edisi 20/XXVIII/ 20 September – 3 Oktober 2012 : 30-50	Sekunder
Perkembangan produksi, ekspor-impor dan suplai industri minuman isotonik 2008-2013	Planning & Analysis PT. Amerta Indah Otsuka	Sekunder
Perusahaan produsen minuman isotonik di indonesia	Modifikasi dari setiap <i>company profile</i>	Sekunder
Market Share Minuman Isotonik	SWA edisi 08/XXVIII/12-25 April 2012, 20/XXVIII/20-3 Oktober 2012	Sekunder
Brand Value Minuman Isotonik	SWA 20/XXVIII/20 September-3 Oktober 2012	Sekunder
Top brand index minuman isotonik	http://topbrand-award.com	Sekunder
Pengguna Minuman Isotonik	Pra Penelitian 2013	Primer

Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data 2013

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sandeep (2006:371) penentuan populasi merupakan hal yang penting dalam penelitian. Populasi harus terdefinisi dan jelas. Menurut Phyllis Macfarlane dalam Ruth McNeil (2005:22) tentang *Sampel design in selection and estimating, in Researching Business Markets*, menjelaskan populasi adalah istilah statistik yang digunakan untuk menutup seluruh potensi unit analisis yang membuat peneliti dapat mencakup seluruh studi penelitian.

Menurut Sugiyono (2012:115) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jamani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

kesimpulannya”. Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya, yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka yang menjadi populasi sasaran pada penelitian ini adalah mahasiswa pengguna minuman isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011. Penelitian ini mengambil populasi tidak keseluruhan mahasiswa, dengan rentang usia 18-23 tahun dan merupakan pengguna minuman isotonik Hydro Coco yang berukuran 60 orang.

TABEL 3.3
DATA POPULASI PENGGUNA MINUMAN ISOTONIK
HYDRO COCO DI PROGRAM STUDI PENDIDIKAN JASMANI
KESEHATAN DAN REKREASI FAKULTAS PENDIDIKAN
OLAHRAGA DAN KESEHATAN UNIVERSITAS PENDIDIKAN
INDONESIA

Angkatan	Jumlah Keseluruhan Mahasiswa	Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco
2010	209	40
2011	179	20
Jumlah	388	60

Sumber : Bagian Akademik FPOK UPI dan Penelitian 2013

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jamani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.4.2 Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:174) “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Sedangkan Sugiyono (2012:116) menyatakan bahwa, “Sampel adalah

1. Uraian tentang populasi yang memungkinkan untuk dicangkup.
2. Ukuran, sifat dan distribusi geografis yang terencana dan relevan.
3. Rincian metode sampling dan metode pembobotan dalam penelitian.
4. Populasi bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Salah satu syarat dalam penarikan sampel bahwa sampel itu harus bersifat *representative*, artinya sampel yang digunakan harus mewakili populasi.

Menurut Ruth McNeil (2005:22), sampel memiliki beberapa pengertian, diantaranya:

1. Uraian tentang populasi yang memungkinkan untuk dicangkup.
2. Ukuran, sifat dan distribusi geografis yang terencana dan relevan.
3. Rincian metode sampling dan metode pembobotan dalam penelitian.

Sedangkan menurut Naresh K. Malhotra (2009:364) berpendapat bahwa sampel adalah sub-kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah n .

Menurut Maholtra (2009:375) “Sebuah teknik sampling dapat diklasifikasikan sebagai nonprobabilitas dan probabilitas”. Sampel *probability* merupakan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel sedangkan sampel nonprobability adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Sampel *nonprobability* memiliki enam jenis teknik penarikan, yaitu Sampling Sistematis, Sampling Quota, Sampling Insidental, Sampling Purposive, Sampling Jenuh, dan *Snowball Sampling* dan sampel *probability* memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu Simple Random Sampling, Systematic Sampling, Stratification Sampling dan Cluster Sampling. Sedangkan sampel *nonprobability* memiliki tiga jenis teknik penarikan yaitu *Convenience Sampling*, *Purposive Sampling*, *Snowball Sampling*.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh, teknik penentuan bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini sedikit yaitu 60 orang.

Adapun teknik sampling yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *nonprobability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh. Seperti pendapat Sugiyono (2012:122), yang menyatakan bahwa :

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus dimana semua anggota dijadikan sampel.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian seperti berikut :

1. Studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, situs *website*, majalah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari diferensiasi produk dan keputusan pembelian.
2. Studi lapangan, yang terdiri dari :
 - a. Wawancara, sebagai cara untuk memperoleh data yang dibutuhkan langsung dari sumber yang bersangkutan.
 - b. Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yaitu mahasiswa pengguna minuman isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011. Dalam kuesioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator dari variabel X (diferensiasi produk) dan Variabel Y (keputusan pembelian).
Kemudian memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jamani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling tepat.

Langkah-langkah penyusunan kuesioner adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun kisi-kisi angket atau daftar pertanyaan.
- 2) Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawabannya.

Jenis instrumen yang digunakan dalam angket merupakan instrumen yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.

- 3) Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pertanyaan diberi nilai dengan skala interval.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reabilitas

Dalam suatu penelitian data adalah hal yang paling penting karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu, benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar atau tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrument pengumpulan data. Instrument yang baik harus memenuhi persyaratan penting yaitu valid dan reliable.

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *semantic differensial*, yang dipergunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun checklist, tetapi tersusun dalam satu garis yang kontinum yang jawabannya “sangat positifnya” terletak di bagian kanan

garis dan jawaban yang “sangat negatif” terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya (sugiyono, 2012:138)

Skala *semantic differensial* atau skala perbedaan semantik berisikan serangkaian karakteristik bipolar (dua kutub), seperti: panas-dingin; populer-tidak populer; balik-tidak balik; dan sebagainya. Karakteristik bipolar tersebut mempunyai tiga dimensi dasar sikap seseorang terhadap objek, yaitu

- a. Potensi, yaitu kekuatan atau atraksi fisik suatu objek
- b. Evaluasi, yaitu hal-hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan suatu objek.
- c. Aktivitas, yaitu tingkatan gerakan suatu objek.

Data mempunyai kedudukan yang penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Akuratnya data tergantung dari instrument pengumpulan data, sedangkan instrumen yang baik harus memiliki dua persyaratan yaitu validitas dan realibilitas.

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software computer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 20.0 for windows.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

data untuk mendapatkan mutu yang baik. Akuratnya data tergantung dari instrumen pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu validitas dan reliabilitas.

Menurut Maholtra (2009:282) *“The validation of scale may be defined as the extent to which differences in observed scale score reflect true differences among on the characteristic being measured”*. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukuranya, atau memberikan hasil ukuran sesuai dengan makna dan tujuan diadakannya tes tersebut.

Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menjamin bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sugiyono (2012:172)

Suharsimi Arikunto (2010:211) mengemukakan bahwa:

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval.

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut

Keterangan:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasi dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$).

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan program aplikasi *SPSS 20 for Windows*. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Memasukan data variabel X dan Variabel Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data *view*.
2. Klik *variabel view* kemudian isi kolom *name*, *width*, *decimal*, *label*, *column*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi kolom *measure*.
3. Kembali ke data *view* kemudian klik *analyze* pada *toolbar* pilih *correlate* lalu *bivariate*.
4. Pindahkan variabel yang diuji atau klik *Alpha* kemudian OK.
5. Dihasilkan output, apakah datanya *valid* dan *reliable* atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrument diferensiasi produk sebagai variabel X dan keputusan pembelian sebagai variabel Y. jumlah pertanyaan untuk variabel X adalah 16 dan terdapat 3 item pertanyaan yang tidak valid.

Sedangkan untuk item pertanyaan variabel Y berjumlah 10 dan setelah diuji terdapat 2 item pertanyaan yang tidak valid. Lalu dilakukan *drop out* pada item yang pertanyaannya tidak valid dan dilakukan uji validitas ulang. Berikut tabel 3.4 mengenai hasil uji validitas.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS DIFERENSIASI PRODUK

NO	PERNYATAAN	r_{hitung}	r_{tabel}	KET
DIFERENSIASI PRODUK				
<i>Content</i> (Apa yang ditawarkan oleh produk)				
1.	Rasa hydro coco dibanding minuman isotonik lainnya	0,843	0,374	Valid
2.	Bahan baku hydro coco lebih alami dibanding minuman isotonik lainnya	0,809	0,374	Valid
3.	Variasi Rasa Hydro Coco dibandingkan minuman Isotonik lainnya	0,757	0,374	Valid

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

NO	PERNYATAAN	r_{hitung}	r_{tabel}	KET
4.	Desain warna pada kemasan Hydro Coco dibandingkan minuman Isotonik lainnya	0,611	0,374	Valid
5.	Variasi kemasan Hydro Coco dibandingkan minuman Isotonik lainnya	0,672	0,374	Valid
6.	Logo Hydro Coco dibandingkan minuman Isotonik lainnya	0,838	0,374	Valid
Context (Bagaimana menawarkan produk)				
7.	Slogan pada kemasan Hydro Coco	0,725	0,374	Valid
8.	Hydro Coco identik dengan minuman isotonik lainnya	0,653	0,374	Valid
9.	Adegan Skenario Hydro Coco pada iklan televise	0,792	0,374	Valid
10.	Tayangan iklan Hydro Coco di Televisi	0,749	0,374	Valid
11.	Tagline Hydro Coco yang disampaikan	0,603	0,374	Valid
Infrastructure (factor-faktor yang mengintergrasikan content dan context)				
12.	Kemudahan dalam memperoleh Hydro Coco di Warung atau Toko Terdekat	0,622	0,374	Valid
13.	Harga Hydro Coco Sesuai dengan manfaat yang dirasakan	0,791	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013 (menggunakan SPSS 20.0)

Berdasarkan tabel 3.4 pada instrumen variabel diferensiasi produk dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *content* (apa yang ditawarkan produk) dengan item pertanyaan Rasa hydro coco dibanding minuman isotonik lainnya yang bernilai 0,843. Sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *context* (bagaimana menawarkan produk) dengan item pertanyaan *Tagline* Hydro Coco yang disampaikan yang bernilai 0,603 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya tinggi.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r tabel sebesar **0,374**. Hasil uji coba instrument penelitian untuk variabel diferensiasi produk berdasarkan hasil perhitungan validasi item instrument yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 20.0 for

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

windows, menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel}

Berikut tabel 3.5 hasil uji validitas variabel keputusan pembelian yang pada penelitian ini dijadikan sebagai variabel Y

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN

NO	PERNYATAAN	r_{hitung}	r_{tabel}	KET
Keputusan Pembelian				
Pilihan Produk				
1.	Pertimbangan tingkat kualitas yang diharapkan pada saat membeli Hydro Coco.	0,698	0,374	Valid
2.	Anda merasakan manfaat Hydro Coco setelah meminumnya	0,443	0,374	Valid
Pilihan Merek				
3.	Anda membeli produk minuman Isotonik Hydro Coco berdasarkan popularitas merek	0,538	0,374	Valid
4.	Anda memiliki rasa kepercayaan terhadap produk Hydro coco	0,597	0,374	Valid
Pilihan Penyalur				
5.	Anda membeli Hydro Coco karena Penjual/Toko yang mudah dijangkau/dekat.	0,584	0,374	Valid
Waktu Pembelian				
6.	Anda membeli Hydro Coco hanya pada saat membutuhkan	0,584	0,374	Valid
7.	Anda Membeli Hydro Coco hanya pada saat anda menginginkannya	0,386	0,374	Valid
Jumlah Pembelian				
8.	Jumlah Hydro Coco yang dibeli oleh anda berdasarkan pada kebutuhan	0,542	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013 (menggunakan SPSS 20.0)

Tabel 3.5 pada instrument variabel keputusan pembelian dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi pilihan produk dengan item pertanyaan Pertimbangan tingkat kualitas yang diharapkan pada saat membeli Hydro Coco yang bernilai 0,698. Sedangkan nilai terendah

terdapat pada dimensi waktu pembelian dengan item pertanyaan Anda

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Membeli Hydro Coco hanya pada saat anda menginginkannya yang bernilai 0,386 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya sedang.

Berdasarkan jumlah angket yang di uji kepada responden sebanyak 30 dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r tabel sebesar **0,374**. Hasil uji coba instrument penelitian untuk variabel keputusan pembelian berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 20.0 *for windows*, menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} .

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan yang realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Sugiyono (2012:172) “instrumen yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mnegukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2010:221) “Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu.”

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya juga. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus Alpha. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right] \quad (\text{Husein Umar, 2008:170})$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau butir soal

S_t^2 = Deviasi standar total

$\sum S_b^2$ = Jumlah deviasi standar butir

Jumlah varian butir ditetapkan dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan seperti yang dipaparkan berikut ini. Rumus varians yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$S^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{n-1} \quad (\text{Husein Umar, 2008:172})$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

n = Jumlah responden

X = Nilai skor yang dipilih

S^2 = Nilai varians

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- 2) Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r tabel sebesar 0,374. Hasil pengujian realibilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 20.0 for windows diketahui semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai hitung r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} . hal ini dapat dilihat dalam tabel 3.6 berikut.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN REALIBILITAS

NO	VARIABEL	r_{hitung}	r_{tabel}	KET
1	Diferensiasi Produk	0,944	0,374	Reliabel
2	Keputusa Pembelian	0,820	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013 (menggunakan SPSS 20.0)

3.3 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.3.1 Teknik Analisis Data

Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun data

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden digunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Keterangan:

n = nilai yang diperoleh

N = jumlah seluruh nilai

100 = konstanta

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul
3. Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a) Memberi skor pada setiap item.

Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh diferensiasi produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differensial*. Menurut sugiyono (2012:138):

Skala *semantic differensial* digunakan untuk mengukur sikap hanya bentuknya tidak pilihan ganda atau checklist, tetapi tersusun dalam garis kontinum yang jawabannya sangat positifnya terletak pada bagian kanan garis dan jawaban yang sangat negative terletak pada kiri garis atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval. Responden yang memberi penilaian dengan angka 7, berarti sangat positif, sedangkan bila memeberi jawaban angka 1 berarti presepsi responden terhadap pertanyaan itu sangat negatif.

Dalam penelitian ini, setiap pertanyaan dari angket terdiri dari 7 kategori sebagai berikut, alternatif jawaban tersebut diperlihatkan pada tabel 3.7 berikut ini:

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

TABEL 3.7
SKOR ALTERNATIF JAWABAN PERTANYAAN POSITIF DAN NEGATIF

Alternatif jawaban	Setuju	Rentang Jawaban							Tidak setuju
		7	6	5	4	3	2	1	
Positif		7	6	5	4	3	2	1	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

- b) Menjumlahkan skor pada setiap item
 - c) Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

5. Pengujian hipotesis

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis *analytical (explanatory)*, maka dilakukan analisis regresi linear. Karena penelitian ini menganalisis dua variabel, yaitu diferensiasi produk (X) dan keputusan pembelian (Y), maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana.

3.3.2 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi (Uma Sekaran,

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2009:158). Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif diferensiasi produk

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap diferensiasi produk yang meliputi: *content*, *context*, dan *infrastructure*.

2. Analisis deskriptif keputusan pembelian

Variabel Y terfokus pada penelitian terhadap keputusan pembelian yang meliputi: Pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.8 sebagai berikut:

TABEL 3.8
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian kecil
3	26% - 49%	Hampir setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian besar
6	76% - 99%	Hampir seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch.Ali (1985:184)

3.3.3 Analisis Verifikatif Dengan Menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana

Teknik analisa data yang digunakan untuk melihat pengaruh diferensiasi produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu menggunakan analisis regresi linear sederhana karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel.

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Analisis tersebut untuk melihat pengaruh diferensiasi produk (X) yang terdiri dari *content*, *context*, dan *infrastructure* terhadap keputusan pembelian (Y) yang terdiri dari Pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh diferensiasi produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y), dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differensial*.

Analisis Regresi Linear dapat dilakukan jika memenuhi asumsi dan persyaratan analisis, selain datanya harus berskala interval, datanya juga harus berdistribusi normal, berpola linear dan homogen (Riduwan dan Sunarto, 2009:98).

1) Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak, sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik (*statistik inferensial*). Cara yang biasa dipakai untuk menghitung uji normalitas adalah *Chi Square*. Tapi karena tes ini memiliki kelemahan, maka yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kolmogorov-Smirnov*. Kedua tes masuk dalam kategori *Goodness Of Fit Tes* (Sugiyono, 2012:67).

Goodness Of Fit Tes artinya uji apakah data empirik yang didapatkan dari lapangan itu sesuai dengan distribusi teoritik tertentu. Dengan kata lain, apakah data dalam penelitian itu dari populasi yang berdistribusi normal. Pertama, Tes-tes parametrik itu dibangun dari distribusi normal, dapat dilihat dalam tabel t-tes misalnya, pembuatannya itu mengacu pada tabel normalitas. Kedua, dapat diasumsikan bahwa sampel

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dalam suatu penelitian benar-benar mewakili populasi sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi. Karena dalam pandangan statistik itu, sifat dan karakteristik populasi adalah terdistribusi secara normal.

Chi Square membandingkan distribusi teoritik dan distribusi empirik (observasi) berdasarkan kategori-kategori, sedangkan Kolmogorov-Smirnov berdasarkan frekuensi kumulatif. Sehingga yang dibandingkan adalah frekuensi kumulatif distribusi teoritik dengan frekuensi kumulatif distribusi empirik.

Keunggulan Kolmogorov Smirnov dibanding *Chi Square*, yaitu:

1. *Chi Square* memerlukan data yang terkelompokkan, Kolmogorov Smirnov tidak memerlukannya.
2. *Chi Square* tidak bisa untuk sampel kecil, sementara Kolmogorov Smirnov bisa.
3. Oleh karena data *Chi Square* adalah bersifat kategorik. Maka ada data yang terbuang maknanya.
4. Kolmogorov Smirnov lebih fleksibel dibanding *Chi Square*.
5. Kolmogorov Smirnov dapat mengestimasi variasi standar deviasi, sedangkan *Chi Square*, standar deviasinya sama, karena dibagi secara seimbang.

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Pengujian normalitas data dapat dilihat dari hasil kurva *Normal Probability Plot*, suatu data pada

variabel dapat dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Model regresi layak dipakai apabila nilai residunya mengikuti distribusi normal. Untuk menguji normalitas data dengan SPSS, lakukan langkah-langkah berikut ini:

1. Entry data atau buka file data yang akan dianalisis
2. Pilih menu berikut ini, *analyze, descriptives statistics, explore*

Uji normalitas data juga dapat dibuktikan melalui hasil uji Kolmogorov Smirnov dan Shapiro Wilk dengan pedoman pengambilan keputusan menurut Singgih dan Fandi Tjiptono (2004:134) adalah sebagai berikut :

- Jika nilai sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$, maka distribusi data tidak normal.
- Jika nilai sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$, maka distribusi data normal

2) Uji Linearitas

Uji linearitas dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Untuk menguji linearitas data dengan SPSS, lakukan langkah-langkah berikut ini:

- Entry data; masukkan data ke dalam lembar kerja SPSS dengan menggunakan nama variabel X dan Y
- Analisis ; analisis dilakukan dengan cara memilih menu berikut.

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Analyze->Compare Mean->Means

- Selanjutnya akan muncul kotak dialog Uji Linieritas, kemudian lakukan langkah berikut
- Pindahkan Y ke variabel *dependent*
- Pindahkan X ke variabel *independent*
- Pilih kotak Option dan pilih *Test of Linearity*
- Klik *Continue* lalu klik OK

Pengujian linearitas data dapat dibuktikan melalui F_{test} (Husaini dan R. Purnomo, 2008:113). Berdasarkan tabel ANOVA, dapat diketahui besarnya F_{hitung} melalui uji ANOVA atau F_{test} , sedangkan besarnya F_{tabel} diperoleh dengan melihat tabel F melalui dk pembilang (dk tuna cocok, $k - 2$) dan dk penyebut (dk kesalahan, $n - k$) dengan taraf kesalahan (α) = 0,05. Keterangan : k = jumlah kelompok untuk data yang sama

n = jumlah sampel

Uji Linearitas, dapat diketahui dengan besarnya angka pada *Deviation From Linearity* lebih besar dari 0,05 ($>0,05$) berarti hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen adalah linear berdasarkan tabel ANOVA hasil pengolahan data. Kriteria pengambilan keputusan pengujian linearitas Berdasarkan hasil pengujian jika terlihat bahwa nilai Sig. untuk *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05 maka artinya data berpola linear. Dan jika sebaliknya artinya data tidak berpola linear.

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3) Regresi Linear Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen yaitu diferensiasi produk dengan satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Persamaan umum regresi linear sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Subyek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Untuk dapat menemukan persamaan regresi, maka harus di hitung terlebih dahulu harga a dan harga b. Cara menghitung harga a dan b dapat dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \quad (\text{Sugiyono, 2012: 272})$$

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Keterangan :

Y = Nilai taksiran keputusan pembelian

X = Nilai diferensiasi produk

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

n = Banyaknya responden

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya, naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

4) Uji F (Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan)

Pengujian hipotesis secara keseluruhan merupakan penggabungan variabel X terhadap variabel terikat Y untuk diketahui seberapa besar pengaruhnya. Pengujian dapat dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

1. Mencari F hitung dengan formula sebagai berikut:

$$F = \frac{(\hat{\beta}_2 \sum y_1 x_{2i} + \hat{\beta}_3 \sum y_1 x_{3i})/2}{\sum \hat{u}_i^2 / (n - 3)} = \frac{EES / df}{RSS / df}$$

(Gujarati, 2001:121)

2. Setelah diperoleh F hitung, selanjutnya bandingkan dengan F tabel berdasarkan besarnya α dan df dimana ditentukan oleh numerator (k-1) dan df untuk denominator (n-k)
3. Kriteria Uji F

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (keseluruhan variabel bebas X tidak berpengaruh terhadap variabel terikat Y)
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (keseluruhan variabel bebas X berpengaruh terhadap variabel terikat Y)

5) Mencari Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas terhadap variasi (naik/turunnya) variabel terikat, maka digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus berikut:

$$KD = r^2 \times 100 \% \quad (\text{Riduwan dan Sunarto, 2009:80})$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada halaman berikut:

TABEL 3.9
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI KOEFISIEN DETERMINASI

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% –19,99%	Sangat rendah
20% –39,99%	Rendah
40% –59,99%	Sedang
60% –79,99%	Kuat
80% –100%	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2012:250)

Satria Nurul Ihsan, 2013

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jaman Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan Tahun 2010 dan 2011)

3.3.4 Pengujian Hipotesis

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2012:188) ialah :

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka, H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

H_a ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka, H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

H_a diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

Pada taraf toleransi kesalahan sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta uji satu pihak yaitu pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

- a. $H_0 \leq 0$ Artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian.
- b. $H_a > 0$ Artinya terdapat pengaruh yang positif antara diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian

Adapun untuk membantu dalam pengolahan data dan pengujian hipotesis, dapat menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 20.0 dan dibantu *software microsoft excel*.