

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu bentuk sasaran ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu untuk mendapatkan data tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda. Objek penelitian merupakan salah satu faktor yang tidak dapat dipisahkan dari suatu penelitian. Menurut Suharsimi Arikunto (2000), objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu suatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Menurut Dr. Uber Silalahi. Objek penelitian adalah fenomena atau masalah penelitian yang telah diabstraksi menjadi konsep atau variabel (Silalahi, 2009, hlm 115). Penelitian ini objeknya adalah daya tarik visual, daya tarik fungsional dan label kemasan produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian minuman tradisional produk cihanjuang, dengan subjek yang diteliti adalah konsumen produk cihanjuang, dan produsen cihanjuang. Dalam hal ini peneliti ingin lebih mengetahui bagaimana pengaruhnya kemasan produk dalam keputusan pembelian dalam minuman produk cihanjuang.

Dalam penelitian ini menganalisis dua jenis variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiono (2015, hlm 12) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Sedangkan variabel dependent adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiono, 2015, hlm 12). Adapun variabel independen dalam penelitian ini yaitu kemasan makanan yang terdiri dari aspek kemasan (variabel X) dan variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y) pada minuman tradisional produk cihanjuang.

3.2 Populasi dan Sample

3.2.1 Populasi

Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti (Cooper, 2003). Populasi mencakup seluruh karakteristik objek yang menjadi fokus penelitian. Dengan kata lain, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Kurniawan, 2012, hlm 31).

Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli/konsumen yang pernah melakukan pembelian minuman tradisional Sunda produk Hanjuang.

Tabel 3.1 Data Jumlah Penjualan Produk Cihanjuang Tahun 2018

No	Produk	2017
1	Bandrek	263.217
2	Bandrek Spesial	187.793
3	Coklat Bandrek	180.644
4	Bajigur	178.248
5	Sekoteng	95.038
6	Kopi Bandrek	38.372
7	Kopi Bajigur	28.509
8	Beas Cikur	23.240
	Total	1.047.578

*Sumber : CV Cimahi Intek

Menurut data penjualan CV. Cihanjuang Inti Teknik berjumlah 1.047.578 pada tahun 2018 yang akan menjadi objek penelitian.

3.2.2 Sample

Menurut Sugiyono (2015, hlm 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi terlalu besar dan peneliti tidak memungkinkan untuk melakukan analisis terhadap seluruh populasi maka peneliti cukup mengambil sampel dari populasi tersebut. Untuk mengambil sampel yang akan diteliti harus benar-benar representative (mewakili) seluruh populasi yang ada. Sampel yang diambil dari adalah sebesar penumpang.

3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel (Arikunto, 2010). Sampling berkenaan dengan strategi untuk mencari sampel dari populasi. Menurut Sugiyono (2011, hlm 2) mengategorikan sebuah teknik sampling dibagi menjadi dua yakni Probability Sampling dan Non probability Sampling.

Sampel menurut Sugiyono (2011) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi dalam jumlah besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semuanya. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel sebagai data responden dilakukan dengan teknik *probability sampling* dimana setiap elemen atau individu dalam suatu populasi memiliki kesempatan yang sama (*equal chance*) untuk dipilih sebagai anggota sampel. Teknik *probability sampling* ini ada bermacam-macam yaitu *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random*, *cluster atau sampling area* (Sugiyono, 2011)

Penelitian ini sampel yang diambil berdasarkan *teknik probability sampling* yaitu *simple random sampling* dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi (konsumen produk cihanjuang) untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan starta yang ada dalam populasi. Pengambilan sampel ni dilakukan dengan teknik insidental, seperti yang dikemukakan Sugiyono (2011, hlm 81) bahwa sampling insidental adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan kriteria sumber data yang dibuat oleh peneliti sebagai acuan kategori responden.

Menurut data penjualan CV. Cihanjuang Inti Teknik berjumlah 1.047.578 pada tahun 2018, dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono (2011: 81). Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. *Rumus Slovin* untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir

e = 0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Annisa Purnama Sari, 2020

ANALISIS DESKRIPSI KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TRADISIONAL PRODUK CIHANJUANG DI KOTA BANDUNG

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

Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 2,503,708 orang, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,047,578}{1 + 1,047,578 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1,047,578}{1 + 1,047,578 \times 0,01}$$

$$n = \frac{1,047,578}{1 + 10,475.78}$$

$$n = \frac{1,047,578}{10,476.78}$$

$$n = 99,99$$

Berdasarkan perhitungan sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi sebanyak 100 orang dari seluruh total orang yang mengonsumsi minuman tradisional sunda produk hanjuang. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada *google form*.

Peneliti akan menggunakan dua cara untuk menyebarkannya yaitu.

Annisa Purnama Sari, 2020

ANALISIS DESKRIPSI KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TRADISIONAL PRODUK CIHANJUANG DI KOTA BANDUNG

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

- a. Membagikan secara langsung *link* melalui *e-mail* dan *social media* responden.
- b. Menyebarkan secara luas *link* melalui *social media* peneliti agar responden yang memenuhi kriteria dapat mengisi kuesioner.

Penentuan pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode probability sampling, metode ini dipilih karena semua anggota populasi memiliki peluang untuk menjadi sampel. Penentuan responden dilakukan secara random sampling, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel **Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan suatu cara atau prosedur yang dipergunakan untuk melakukan penelitian sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian . Sugiyono (2012, hlm 11), mengungkapkan bahwa metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah yang dilakukan untuk mendapatkan data yang objektif, valid, dan reliable. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan variatif.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan mencoba mengerti suatu makna atau peristiwa suatu kejadian memalalui interaksi dengan orang-orang sesuai dengan fenomena dan situasi. Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya akan berupa angka yang

kemudian akan dianalisis lebih lanjut dalam bentuk analisis data. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang akan digunakan.

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kuantitatif atau kualitatif yang menunjukkan fakta (Siregar, 2013, hlm 10)

1. Data Primer, adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar, 2013, hlm 10). Data yang ada dalam penelitian ini merupakan data dari penyebaran kuisisioner yang bersumber pada responden yang mengkonsumsi minuman sunda pada produk cihanjuang di kota Bandung.
2. Data Sekunder, adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya (Siregar, 2013, hlm 10). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah wawancara kepada produsen minuman sunda, buku-buku, literatur, artikel, serta situs internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

3.4 Operasi Variabel

Pada dasarnya variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Agar penelitian ini dapat mengukur variabel-variabel penelitian dengan tepat, maka perlu dibuat indikator-indikator yang dapat secara valid dan reliable mengukur variabel penelitian. Hal ini sangat penting dilakukan agar dapat sesuai dengan kerangka teori yang telah dipilih sebelumnya dan dapat memudahkan untuk menyusun pertanyaan dalam kuisisioner. Beberapa definisi oprasional yang terkait adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Operasional Variable

Variabel	Teori	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Jenis Data
Variabel Kemasan (X)	Pengemasan merupakan kegiatan merancang dan membuat wadah atau bungkus sebagai suatu produk. Kotler (2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya Tarik Visual 2. Daya Tarik Fungsional 3. Label 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komponen daya tarik visual meliputi unsur-unsur: <ol style="list-style-type: none"> a. Warna kemasan b. Bentuk c. Merk/logo d. Ilustrasi e. Teks/ topografi f. Tata letak 2. Komponen yang harus dipertimbangkan pada daya tarik fungsional, diantaranya: <ol style="list-style-type: none"> a. Dapat melindungi produk; b. Mudah dibuka atau ditutup kembali untuk disimpan; c. Porsi yang sesuai dengan untuk produk makanan/minuman d. Dapat digunakan kembali (reusable); e. Mudah dibawa, dijinjing atau dipegang; 	<i>Likert</i>

			<p>f. Memudahkan pemakainya untuk menghabiskan isinya dan mengisi</p> <p>3. Mengacu pada Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 Tentang Label & Iklan Pangan, maka pada setiap produk pangan di dalam labelnya harus mencantumkan :</p> <p>a. Nama Produk</p> <p>b. Daftar bahan yang digunakan</p> <p>c. Berat bersih atau isi bersih</p> <p>d. Nama dan alamat produksi</p> <p>e. Tanggal Kadaluwarsa</p> <p>f. Nomor Pendaftaran Pangan</p> <p>g. Kode Produksi</p> <p>h. Kandungan Gizi</p> <p>i. Keterangan lain pada label tentang olahan pangan tertentu</p>	
--	--	--	---	--

Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian tidak terpisahkan dari bagaimana sifat seorang konsumen (consumer behavior) sehingga masing-masing konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda dalam melakukan pembelian, (Kotler & Armstrong, 2016)	Komponen dalam keputusan pembelian diantaranya adalah: 1. Pemilihan produk 2. Pemilihan merek 3. Pemilihan saluran pembelian 4. Waktu pembelian 5. Metode pembayaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. 2. Mengambil keputusan tentang merek nama yang akan dibeli setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. 3. Mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. 4. Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian 5. Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada suatu saat. 6. Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan 	<i>Likert</i>
-------------------------	---	---	---	---------------

			menggunakan produk atau jasa	
Komponen Gastronomi	Gastronomi Sunda adalah ilmu dan seni dari suku Sunda yang berhubungan dengan budaya dan makanan/minuman serta unsur di dalamnya yang dapat digunakan sebagai alat untuk memperkenalkan ciri khas daerah setempat. (Turgarini, 2018)	Komponen gastronomi meliputi: 1. Kuliner / masak memasak 2. Bahan baku 3. Mencicipi 4. Menghidangkan 5. Mempelajari, meneliti, dan menulis makanan 6. Mencari pengalaman makan yang unik 7. Pengetahuan gizi	1. Filosofi, sejarah, tradisi & social, berkaitan dengan bagaimana cerita sebuah makanan yang berasal dari kebudayaan masyarakat tercipta. 2. Etika & Etiket, berkaitan dengan ketentuan yang berhubungan dengan makanan tersebut. Baik mengenai aturan makan, maupun hal-hal yang boleh atau tidak boleh dilakukan. 3. Masak memasak/ Kuliner, berkaitan dengan cara pengolahan suatu bahan menjadi sebuah hidangan. 4. Bahan Baku, bahan yang digunakan untuk membuat suatu hidangan. Setiap daerah memiliki unsur yang berbeda dalam pemilihan suatu bahan, karena dipengaruhi oleh bahan	Wawancara

		<p>8. Filosofi, sejarah, tradisi, dan sosial</p> <p>9. Etika dan etiket.</p> <p>(Turgarini, 2018)</p>	<p>yang tersedia di daerah tersebut.</p> <p>5. Mencicipi, berkaitan dengan proses penggunaan indra untuk merasakan sebuah hidangan.</p> <p>6. Menghidangkan, berkaitan dengan tata cara penyajian suatu hidangan.</p> <p>7. Mempelajari, meneliti dan menulis makanan, berkaitan dengan proses edukasi dari sebuah makanan.</p> <p>8. Mencari Pengalaman makan yang unik, berkaitan dengan pengalaman mencicipi suatu hidangan.</p> <p>9. Pengetahuan gizi, berkaitan dengan unsur gizi yang ada dari sebuah hidangan.</p>	
--	--	---	--	--

*Sumber : Penulis 2020

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2011, hlm 51). Mengumpulkan data dengan mengirim pernyataan untuk diisi sendiri oleh responden, dilakukan dengan menyebarkan form kuesioner yang berisi pernyataan meliputi penilaian pengaruh kemasan dan labeling oleh-oleh camilan khas Kota Bandung. Penggunaan kuesioner bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan serta mendukung penelitian.

Mengumpulkan data dengan mengirim pernyataan untuk diisi sendiri oleh responden, dilakukan dengan menyebarkan form kuesioner yang berisi pernyataan meliputi penilaian pengaruh kemasan minuman tradisional produk hanjuang terhadap keputusan penelitian. Penggunaan kuesioner bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan serta mendukung penelitian.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan model skala Likert. Seperti yang telah dikemukakan oleh Sugiyono (2011: 93) skala Likert digunakan untuk mengungkap sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan negatif. Untuk mengukur variabel diatas digunakan skala Likert sebanyak lima tingkat sebagai berikut:

- a. SS = Sangat Setuju

- b. S = Setuju
 c. KS = Kurang Setuju
 d. TS = Tidak Setuju
 e. STS = Sangat Tidak Setuju

Tabel 3. 3 Alternatif Jawaban Responden dalam Skala Likert

Keterangan	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber: Diolah oleh penulis (2020)

3.6.2 Studi Literatur

Studi literatur menjadi data sekunder karena data yang diperoleh peneliti berasal dari penelitian-penelitian sebelumnya. Selain itu, penelitian ini berasal dari sumber-sumber lainnya yang berupa buku, jurnal, skripsi, artikel, laporan, peraturan pemerintah dan lain-lain.

Merupakan studi kepustakaan yang berasal dari selain sumber sekunder, yang nantinya diperlukan untuk kepentingan penelitian dan dapat melihat sejauh mana ilmu terkait berkembang (Nazir, 2009, hlm 123). Studi literatur yang dimaksud penulis dalam penelitian ini yakni mengumpulkan sumber informasi dari jurnal, buku maupun penelitian-penelitian terdahulu guna membantu penelitian yang sedang dilakukan.

3.6.3 Wawancara

Merupakan suatu proses tanya jawab secara lisan, dimana kegiatan tersebut dilakukan secara langsung guna mendapatkan informasi atau keterangan. Teknik

Annisa Purnama Sari, 2020

ANALISIS DESKRIPSI KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TRADISIONAL PRODUK CIHANJUANG DI KOTA BANDUNG

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

wawancara pun merupakan cara yang baik untuk mengetahui pendapat, keyakinan, atau proyeksi seseorang tentang sesuatu (Rustanto, 2015: 136).

Wawancara secara langsung dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi yang akurat dari narasumber.

Teknik wawancara terstruktur ditujukan kepada produsen minuman tradisional produk cihanjuang.

3.6.4 Studi Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan dari peristiwa-peristiwa lampau, dokumen tersebut bisa berbentuk catatan, peraturan, kebijakan, gambar maupun foto (Sugiyono, 2013). Dokumen-dokumen tersebut menjadi pelengkap dari penelitian yang sedang dilakukan. Studi dokumentasi sendiri adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen atau bahan tertulis atau rekaman peristiwa yang berhubungan dengan hal yang diteliti (Rustanto, 2015, hlm 136).

3.6 Uji Validitas dan Reabilitas

3.7.1 Uji Reliable

Menurut Ghazali (2013, hlm 139) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

- a. Variable X (Daya Tarik Visual Kemasan)

Tabel 3.4
Hasil Uji Reabilitas Cronbach's Alpha Daya Tark Visual Kemasan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.800	.810	18

*Sumber : Pengolahan data 2020

0,800 > 0,60 Jad kuesioner dinyatakan reliabel / konsisten

Kriteria Nunnally (1960) Cronbach alpha lebih besar dari 60%

- b. Variable Y

Tabel 3.5
Hasil Uji Reabilitas Cronbach's Alpha Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.853	.855	7

*Sumber : Pengolahan data 2020

0,853 > 0,60 Jadi kuesioner dinyatakan reliabel / konsisten

Berdasarkan tabel 3.4 , 3,5 Di tampilkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan rumus alpha dengan menggunakan *software IBM SPSS 16.0 for windows*. Data di atas dapat diketahui bahwa instrumen untuk kedua variable X dan Y dinyatakan reliable dengan perolehan nilai untuk indikator X yaitu 0,800 dan untuk Y yaitu 0,853 yang berarti lebih besar dari $C\alpha$ minimal 0,600 dan seluruh variabel reliabel

3.7.2 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2013, hlm 139) realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable. Suatu kuesioner dinyatakan realible atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

R hitung > R tabel = valid

R hitung < R tabel = tidak valid

Tabel 3.8
Hasil Uji Correlation Kemasan

Variable	N	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keputusan
X.1	30	0.306	0.591	VALID
X.2	30	0.306	0.321	VALID
X.3	30	0.306	0.774	VALID
X.4	30	0.306	0.849	VALID
X.5	30	0.306	0.736	VALID
X.6	30	0.306	0.316	VALID
X.7	30	0.306	0.657	VALID
X.8	30	0.306	0.735	VALID
X.9	30	0.306	0.772	VALID
X.10	30	0.306	0.726	VALID
X.11	30	0.306	0.504	VALID
X.12	30	0.306	0.334	VALID
X.13	30	0.306	0.588	VALID
X.14	30	0.306	0.733	VALID
X.15	30	0.306	0.760	VALID

Annisa Purnama Sari, 2020

ANALISIS DESKRIPSI KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TRADISIONAL PRODUK CIHANJUANG DI KOTA BANDUNG

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

X.16	30	0.306	0.766	VALID
X.17	30	0.306	0.744	VALID
X.18	30	0.306	0.315	VALID

Dari data diatas tabel 3. bahwa indikator X1 dinyatakan valid sebab R hitung > dengan R tabel.

a. Variable Y

Tabel 3.9

Hasil Uji Correlation Keputusan Pembelian

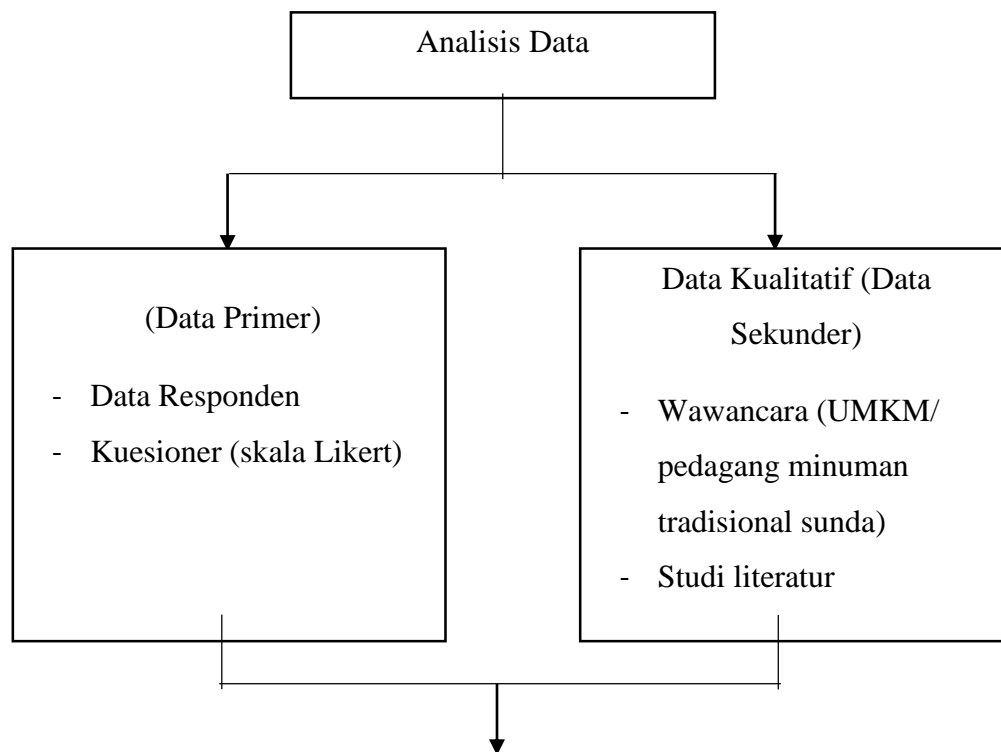
Variable	N	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keputusan
Y.1	30	0.306	0.488	VALID
Y.2	30	0.306	0.780	VALID
Y.3	30	0.306	0.752	VALID
Y.4	30	0.306	0.819	VALID
Y.5	30	0.306	0.756	VALID
Y.6	30	0.306	0.726	VALID
Y.7	30	0.306	0.793	VALID

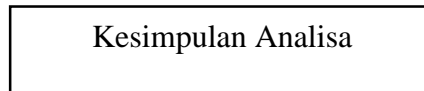
Dari data diatas tabel 3. bahwa indikator Y dinyatakan valid sebab R hitung > dengan R tabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif-kualitatif dalam waktu yang sama. Jadi analisis dilakukan pada saat yang bersamaan dimana akan menghasilkan data primer dan data sekunder.

Data yang dianalisa adalah data primer yaitu hasil kuesioner dengan menggunakan skala *likert* dan dihitung dengan menggunakan program statistik SPSS. Sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil wawancara, studi literatur dan dokumentasi.





Gambar 3.1 Sistematika Data

*Sumber : Pengolahan data (2020)

Gambar 3.1 menjelaskan mengenai sistematika proses analisis data dari penelitian dengan menggunakan metode mix method.

3.8.1 Uji Normalitas

Normalitas suatu data dianggap penting karena dengan data yang berdistribusi normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili suatu populasi. Dalam penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah uji One Sample Kolmogorov-Smirnov. Menurut Oktaviani dan Notobroto (2014, hlm 133) “Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov lebih tepat digunakan untuk jumlah sampel yang lebih dari 50 responden”.

Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji normalitas Kologrov Smirnov dengan ketentuan sebagai berikut: Jika nilai sig (signifikansi) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal Jika nilai sig (signifikansi) $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

3.8.2 Uji Korelasi

“Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kuat serta lemahnya hubungan antara variabel X dan variabel Y, menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut”, hal ini diungkapkan oleh Arikunto (2013).

Pedoman untuk tingkat keeratan hubungan antara kedua variabel dapat dilihat dalam tabel interpretasi koefisien korelasi dalam Ridwan (2012, hlm. 218) sebagai berikut:

Tabel 3.10 Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi

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

*Sumber : Sumber: Riduwan, 2012 hlm.218

3.8.1 Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Sedangkan untuk nilai konstanta a dan b dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y_i \sum 2 - \sum X_i \sum X_i Y_i X_i}{n \sum x \frac{2}{i} - \sum x \frac{2}{i}}$$

$$b = \frac{n \sum X_i \sum - \sum Y_i \sum X_i}{n \sum x \frac{2}{i} - \sum x \frac{2}{i}}$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

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

Annisa Purnama Sari, 2020

ANALISIS DESKRIPSI KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TRADISIONAL PRODUK CIHANJUANG DI KOTA BANDUNG

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

b = Koefisien regresi

X = Variabel independen

3.8.2 Uji Linearitas (F)

Untuk mengetahui linear tidaknya kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen dan sebagai syarat dilakukannya uji pengaruh, artinya jika keduanya linier maka uji pengaruh dapat dilakukan, namun jika tidak linier maka uji pengaruh tidak dapat dilakukan. Dasar pengambilan keputusannya yaitu sebagai berikut:

- a. Jika probabilitasnya (nilai sig) > 0,5 atau F hitung > F tabel maka H0 tidak ditolak.
- b. Jika probabilitasnya (nilai sig) < 0,5 atau F hitung > F tabel maka H0 ditolak

3.8.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel (X) kemasan terhadap variabel (Y) keputusan pembelian. Adapun rumus perhitungan uji koefisien determinasi menurut Furqon (2011, hlm. 100) adalah sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Annisa Purnama Sari, 2020

*ANALISIS DESKRIPSI KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TRADISIONAL PRODUK CIHANJUANG
DI KOTA BANDUNG*

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