

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pelaksanaan strategi kemasan. Pendekatan lainnya yang digunakan yaitu perilaku konsumen, dalam hal ini adalah keputusan pembelian Tim tam.

Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*Independent Variabel*) atau variabel X adalah kemasan yang memiliki beberapa dimensi diantaranya ukuran, bentuk, bahan, warna, gambar, serta label. Sedangkan objek yang merupakan variabel terikat (*dependent variabel*) atau variabel Y adalah keputusan pembelian melalui dimensi pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

Objek penelitian yang dijadikan Responden dalam penelitian ini adalah siswa SMA di Kecamatan Margahayu Kabupaten Bandung

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif, Traver Travens dalam Husein Umar (2001:21) menjelaskan bahwa:

“Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*Independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif, Traver Travens dalam Husein Umar (2001:21) menjelaskan bahwa, “Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*Independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Moh. Nasir menjelaskan bahwa: “Tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki”. (Moh. Nasir, 1999:63)

Penelitian deskriptif disini bertujuan pada pemecahan masalah dimasa sekarang dan bersifat aktual. Dengan metode ini akan dilakukan penyusunan data, menganalisa dan menginterpretasikannya tentang arti data yang dikumpulkan atau variabel yang diteliti. Maka dapat dikatakan tujuannya untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian produk Tim Tam.

Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam penelitian ini diuji mengenai pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian pada produk Tim Tam. Melalui ini data-data dikumpulkan dari sumber data

primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel responden untuk memperoleh fakta yang relevan dan *up to date*.

3.2.2 Metode Penelitian

Metode dapat diartikan sebagai suatu cara kerja untuk mencapai tujuan tertentu, agar dapat terkumpul data serta dapat mencapai tujuan penelitian itu sendiri. Menurut Sugiyono (Sugiyono,2005:1) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Administratif mengatakan bahwa :

“Metode Penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah yang dilakukan untuk mendapatkan data yang objektif, valid dan reliabel, dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”.

Sedangkan menurut Traver Travens dalam Husein Umar (2001:21) menjelaskan bahwa :

“Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*Independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*. Menurut Ker Linger yang dikutip oleh Sugiyono (2005:7), bahwa :

“Penelitian *survey* adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis”.

Penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Adapun penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun yaitu mulai dari Maret 2008 sampai dengan September 2008, oleh karena itu digunakan *cross sectional methode*, menurut Husein Umar (2001:45) *cross sectional methode* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang).

3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi kemasan dan keputusan pembelian. Adapun sebagai variabel X adalah kemasan yang memiliki beberapa dimensi diantaranya ukuran, bentuk, bahan, warna, gambar, serta label. Sedangkan objek yang merupakan variabel Y adalah keputusan pembelian melalui dimensi pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel operasionalisasi variabel di bawah ini :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/sub variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kemasan (X)	Kemasan adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk (Philip Kotler, 2006:230)	Ukuran	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat variasi jenis ukuran 	Ordinal
		Bentuk	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keistimewaan bentuk 	Ordinal
		Gambar	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keunikan logo Tingkat kejelasan logo produk Tingkat kejelasan gambar Tingkat keindahan kemasan 	Ordinal
		Bahan	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Penilaian terhadap kualitas Tingkat keamanan dan ketahanan kemasan Tingkat penilaian kepraktisan kemasan 	Ordinal
		Warna	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Penilaian terhadap komposisi warna Tingkat daya tarik warna kemasan <p>Tingkat keserasian desain, warna dan ukuran</p>	Ordinal
		Label	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kejelasan label 	Ordinal

LANJUTAN TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/sub variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli produk (Kotler & Amstrong, 2001:226)	Pilihan merek	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat Keinginan membeli ▪ Tingkat Kepercayaan terhadap merek • Tingkat penilaian citra merek • Tingkat kesukaan terhadap merek 	Ordinal
		Pilihan produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat keragaman <i>Varian</i> produk • Tingkat penilaian kualitas produk • Tingkat harga jual produk 	Ordinal
		Pilihan waktu Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat intensitas pembelian 	Ordinal
		Pilihan jumlah pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kuantitas pembelian 	Ordinal

3.2.4 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2003:129) berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu : data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan tulisan-tulisan ilmiah.

Data primer dan data sekunder di atas diperoleh dari sumber data, sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Sumber data primer adalah pelaku yang terlibat langsung dengan karakter yang diteliti sedangkan sumber data sekunder adalah karakter hasil liputan lain. Lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

NO	DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
1	Karakteristik Responden	Primer	Konsumen
2	Tanggapan Responden terhadap kemasan Tim Tam	Primer	Konsumen
3	Tanggapan Responden terhadap keputusan pembelian produk Tim Tam	Primer	Konsumen
4	Merek dan produsen wafer berlapis coklat	Sekunder	SWA No. 16/XXII/26 Juli – 8 Agustus 2007
5	Pangsa pasar wafer berlapis coklat coklat	Sekunder	Marketing 02/IV/Februari 2006
6	Kinerja produk wafer timtam	Sekunder	SWA No. 16/XXII/26 Juli – 8 Agustus 2007

Sumber: Data primer, diolah kembali

3.2.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.5.1 Populasi

Dalam mengumpulkan dan menganalisis suatu data, menentukan populasi merupakan langkah yang penting dalam pelaksanaan penelitian. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki objek atau subjek itu. Menurut Sugiyono, menjelaskan bahwa populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan” (Sugiyono, 2002:72). Adapun pengertian populasi menurut Sudjana (1997:66) bahwa “Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin hasil menghitung atau pengukuran kuantitatif maupun kualitas mengenai karakteristik-karakteristik tertentu dari semua anggota

kumpulan yang lengkap dan jelas yang dipelajari sifat-sifatnya”. 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.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas maka yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah siswa SMA di Kecamatan Margahayu yang terdiri dari 3 sekolah yaitu SMAN1 Margahayu, SMA Mathaul Anwar dan SMA Karya Pembangunan.

Berdasarkan pemaparan di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMA di Kecamatan Margahayu sebanyak 2040 siswa. Pada Tabel 3.3 berikut ini merupakan rincian jumlah siswa SMA di Kecamatan Margahayu diantaranya:

TABEL 3.3
POPULASI SISWA SMA DI KECAMATAN MARGAHAYU
TAHUN 2008

Nama Sekolah	Jumlah siswa	Konsumen wafer Timtam
SMAN 1 Margahayu	1200	200
SMA Mathlaul Anwar	480	155
SMA Karya Pembangunan	360	125
Total Keseluruhan		580

Sumber : survei pra penelitian 2008

Penentuan populasi dalam penelitian ini dibatasi pada semua siswa SMA di Kecamatan Margahayu. Populasi yang akan diteliti adalah siswa yang telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan yaitu siswa yang mengkonsumsi wafer Tim Tam, Berdasarkan hasil penelitian diperoleh populasi sebanyak 580 orang.

3.2.5.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian saja dari objek populasi yang ditentukan. “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi disebut sampel” (Sugiyono, 2003:73).

Sampel penelitian yang merupakan bagian dari populasi harus di ambil secara representatif (mewakili) dan dipelajari yang kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Seperti yang diungkapkan oleh Masri Singarimbun (1995:149):

“Bahwa tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi, karena di samping memakan biaya yang sangat besar juga membutuhkan waktu yang lama. Dengan meneliti sebagian populasi kita mengharapkan hasil yang didapat akan dapat menggambarkan hasil populasi yang bersangkutan”.

Menurut Suharsimi Arikunto (2002,102), yang dimaksud dengan sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Sedangkan menurut Sugiyono (2002:73), yang dimaksud dengan sampel adalah “bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu”. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari konsumen wafer Tim Tam

Teknik yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti salah satunya adalah dengan cara menggunakan cara Slovin, yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan persentase kelonggaran ketidaktelitian, karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang

masih dapat ditolerir atau diinginkan, maka taraf kesalahan yang ditetapkan adalah sebesar 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

(Husein Umar, 2002:141)

dimana: n = ukuran sampel
N = ukuran populasi
e = taraf kesalahan

Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”.

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu

Diketahui:

$$N = 580 ; e = 10\% = 0,1$$

$$\text{Maka: } n = \frac{580}{1 + 580 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{580}{1 + 580 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{580}{6,8}$$

$$n = 85,29 \approx 86 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan taraf kesalahan 10% diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 86 orang responden. Kemudian agar sampel yang digunakan representatif, maka sampel yang digunakan di dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden.

3.2.5.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2007:73) bahwa “Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”. Setelah memperoleh data dari responden yang merupakan populasi penelitian, penulis mengambil sampelnya berdasarkan teknik *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2007:78) bahwa “Teknik *probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”.

Untuk selanjutnya dilakukan teknik *random*. Sampel responden ini dilakukan dengan menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu mengambil sampel secara acak tanpa memperhatikan strata karena anggota populasi homogen.

3.2.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Studi literatur, yaitu usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti.
2. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran angket yang merupakan daftar pertanyaan yang dibuat secara tertulis dan disusun sedemikian rupa sehubungan dengan masalah yang sedang diteliti kepada konsumen wafer Tim Tam yang menjadi sampel penelitian.

3. Riset lapangan yaitu dengan melakukan pengamatan langsung ke objek yang dijadikan sasaran. Peneliti berfungsi sebagai pengumpul data, sedangkan pihak-pihak yang dihubungi dalam perusahaan sebagai pemberi data atau sumber data bagi peneliti.

3.3 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.3.1 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.3.1.1 Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2003:144) bahwa “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah.”

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan

skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Untuk menguji validitas dapat menggunakan *product moment* atau *pearson (Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation)*, yaitu:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

(Suharsimi Arikunto, 2003:146)

Keterangan :

- r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
- X = Skor untuk pernyataan yang dipilih
- Y = Skor total
- n = Jumlah responden

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2002:245) dapat dilihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut :

TABEL 3.4
KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpreasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Tinggi/Kuat
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Sedang
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2005:183)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (y) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

$$t = \frac{rs \cdot \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}}$$

(Sudjana, 2001:62)

Keterangan :

t = distribusi student

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Keputusan pengujian validitas responden konsumen perusahaan pembiayaan dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut:

- 1) Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika t hitung > t tabel
- 2) Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika t hitung < t tabel

3.3.1.2 Reliabilitas

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 dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. *Reliable* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Menurut Suharsimi Arikunto (2002), yang dimaksud dengan reliabilitas adalah “Menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu”.

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5

menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

(Husein Umar, 2002:146)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_t^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

(Husein Umar, 2002:147)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $\geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
- 2) Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $< r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 11,5 for windows. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 11.5 for windows sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variabel X dan variabel Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- 2) Klik variable view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
- 3) Kembali ke data view, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
- 5) Dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

3.3.2 Teknik Analisis Data

3.3.2.1 Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket kuisisioner. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian pada produk Tim Tam. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah kemasan. Objek yang merupakan variabel terikat atau variabel Y adalah keputusan pembelian, sehingga penelitian ini akan diteliti pengaruh kemasan (X) terhadap keputusan pembelian (Y).

Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Menyusun Data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Memberi skor pada setiap item
- 2) Menjumlahkan skor pada setiap item
- 3) Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

3. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

4. Pengujian

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel, yaitu kemas sebagai variabel bebas (X), dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini, setiap pernyataan diberi nilai dengan skala *likert* sebagai berikut :

TABEL 3.5
INTERPRETASI ALTERNATIF JAWABAN

Alternatif Jawaban	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Kurang Setuju	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber : Sugiyono (2005:87)

Sedangkan untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas menurut Moch. Ali (1985:184) adalah sebagai berikut :

TABEL 3.6
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)

3.3.2.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini hanya menganalisis dua variabel saja maka digunakan teknik analisis regresi linier sederhana, sedangkan teknik tersebut membutuhkan data sekurang-kurangnya berskala interval. Oleh sebab itu data ordinal yang diperoleh akan ditransformasi menjadi skala interval. Setelah ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Of Successive Interval*, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier sederhana.

Penelitian ini hanya terdiri atas dua variabel yaitu variabel kemas (X) dan Keputusan pembelian (Y), maka bentuk persamaan regresi Y atas X adalah:

$$Y' = a + bx$$

Dimana:

a : Y pintasan (nilai Y' bila x=0)

b : Kemiringan dari garis regresi (kenaikan atau penurunan Y' untuk setiap perubahan satu satuan atau koefisien regresi, mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y jika X naik satu unit).

X = Nilai tertentu dari variabel bebas

Y' = Nilai yang diukur dari variabel terikat

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi adalah sebagai berikut :

1. Mencari nilai-nilai yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu: $\sum X_i$, $\sum Y_i$, $\sum X_i Y_i$, $\sum X_i^2$, $\sum Y_i^2$, dan
2. Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sudjana (1996:315) sebagai berikut:

Nilai dari a dan b pada persamaan regresi linier dapat dihitung dengan rumus

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad \text{atau } y = a + bx$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi (r^2), dimana;

$$(r^2) = \frac{b \{ n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i) \}}{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2}$$

(Sudjana, 1996:370)

Untuk menguji kelinieran regresi dapat dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$t = \frac{b_1}{s(b_1)}$$

(Sitepu, 1994:21)

Keterangan :

b_1 = Koefisien regresi

$s(b_1)$ = Standar error b_1

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan (dk) pembilang (k-2) dan dk penyebut (n-k) serta pada uji satu pihak yaitu uji pihak kanan.

3.4 Rancangan Uji Hipotesis

Untuk menguji keberartian koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari *distribusi student* adalah:

$$t = \frac{rs \cdot \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}}$$

(Sudjana, 2001:62)

Keterangan:

t = distribusi student

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

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

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kemasan terhadap keputusan pembelian pada produk Tim Tam

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya terdapat pengaruh antara kemasan terhadap keputusan pembelian pada produk Tim Tam