

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran. Adapun objek penelitian terdiri dari variabel independen atau variabel bebas (X) adalah atribut produk yang memiliki tiga dimensi, yaitu kualitas produk, fitur produk, dan rancangan produk.

Sedangkan untuk variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian yang mempunyai 5 dimensi yaitu pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, penentuan waktu pembelian dan jumlah pembelian.

Berdasarkan objek penelitian di atas, di analisa mengenai pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian susu bubuk dewasa berkalsium Produgen di Alfamart, Indomart dan Yomart Kelurahan Sukawarna Bandung.

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan**

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat di dalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Winarno Surachmad (1990:131) mengemukakan pengertian dari metode sebagai berikut :

Metode merupakan cara utama yang dipergunakan untuk mencapai suatu tujuan, misalnya untuk menguji serangkaian hipotesa, dengan menggunakan teknik serta alat-alat tertentu. Cara utama itu dipergunakan setelah penyelidik memperhitungkan kewajarannya ditinjau dari tujuan penyelidikan serta situasi-situasi penyelidikan.

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian dan variabel yang diteliti, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*.

Menurut Sugiyono (2007:11) "Penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain." Sedangkan menurut Arikunto (2002:9) "Penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang ciri-ciri variabel".

Pendapat lainnya diungkapkan oleh Aaker et. al. (2004:755) sebagai berikut:

*Descriptive research is research that usually is designed to provide a summary of some aspects of the environment when the hypotheses are tentative and speculative in nature.*" Artinya: Riset *deskriptif* adalah riset yang pada umumnya dirancang untuk menyediakan suatu ringkasan dari beberapa aspek lingkungan ketika hipotesis bersifat untung-untungan dan sementara secara alami.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang dirancang untuk mendeskripsikan karakteristik dari sebuah fenomena atau populasi tanpa mengubahnya. Melalui penelitian *deskriptif*, dapat dijabarkan secara terperinci sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen susu bubuk dewasa berkalsium Produgen di Alfamart, Indomart dan Yomart terhadap atribut produk.
2. Tanggapan konsumen susu bubuk dewasa berkalsium Produgen di Alfamart, Indomart dan Yomart terhadap keputusan pembelian.

Adapun sifat dari penelitian ini adalah *verifikatif*, yaitu melakukan pengujian untuk mencari suatu kebenaran dari suatu hipotesa, yang dilaksanakan melalui

pengumpulan data lapangan (Tim TPPS, 2002:9). Arikunto (2002:7) mengemukakan mengenai sifat penelitian verifikatif pada dasarnya: "Ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis penelitian yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan". Dalam penelitian ini akan diuji mengenai kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini dilakukan melalui survei terhadap konsumen susu bubuk dewasa berkalsium Produgen di Alfamart, Indomart dan Yomart, untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian susu bubuk dewasa berkalsium Produgen di Alfamart, Indomart dan Yomart Kelurahan Sukawarna Bandung.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*.

Menurut Ker Linger dalam Sugiono (2007:7) mengemukakan bahwa:

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

Penelitian dengan 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.

Berdasarkan waktu penelitian dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun yaitu mulai dari Mei 2007 sampai dengan Oktober 2007, oleh karena itu digunakan *cross sectional method*. Menurut Husain Umar (2001:45) *cross sectional method* yaitu "Metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu

tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang)”. Jadi fakta yang dapat digambarkan merupakan kegiatan pada saat tertentu. ”Selanjutnya berdasarkan fakta tersebut dilakukan penyimpulan mengenai masalah-masalah penelitian yang ingin dibuktikan atau dicari hubungannya” (Freddy Rangkuti 2003:20).

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Adapun variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel tidak bebas. Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain, sedangkan variabel tidak bebas adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain.

Penelitian ini yang merupakan variabel bebas yaitu atribut produk (X), sedangkan variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian.

Untuk melihat skala pengukuran yang digunakan oleh kedua variabel tersebut beserta indikator-indikatornya, dapat disajikan dalam operasionalisasi variabel sebagai berikut :

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN**

Variabel/Sub variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Atribut Produk (Var X)	Atribut produk adalah pengembangan suatu atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang diberikan.(Kotler &	Kualitas Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat penilaian responden terhadap kualitas kalsium yang terkandung dalam susu</li> </ul>	Ordinal	1

Variabel/Sub variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	Amstrong 2001 : 354)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat penilaian konsumen terhadap manfaat yang dirasakan setelah mengkonsumsi susu</li> </ul>	Ordinal	2
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat penilaian konsumen terhadap kualitas rasa susu</li> </ul>	Ordinal	3
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat penilaian konsumen terhadap daya tahan produk</li> </ul>	Ordinal	4
		Fitur Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat penilaian responden terhadap variasi rasa produk</li> </ul>	Ordinal	5
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat penilaian responden terhadap keunikan rasa produk</li> </ul>	Ordinal	6
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat penilaian responden terhadap kelengkapan kandungan gizi produk</li> </ul>	Ordinal	7

Variabel/Sub variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat penilaian responden terhadap kesesuaian tampilan produk</li> </ul>	Ordinal	8
		Rancangan Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat tanggapan responden terhadap kemenarikan bentuk desain kemasan produk</li> <li>Tingkat tanggapan responden terhadap kemenarikan warna desain kemasan produk</li> <li>Tingkat variasi ukuran kemasan produk</li> <li>Tingkat Kemudahan mengkonsumsi produk</li> </ul>	Ordinal	9
				Ordinal	10
				Ordinal	11
				Ordinal	12
Keputusan pembelian (Var Y)	Keputusan pembelian konsumen adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli produk. (Kotler&Amstrong,	Keputusan pembelian berdasarkan produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat penilaian responden terhadap keputusan pembelian berdasarkan produk</li> </ul>	Ordinal	13-14

Variabel/Sub variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	2001:226)				
		Keputusan pembelian berdasarkan merek	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat penilaian responden terhadap keputusan pembelian berdasarkan merek</li> </ul>	Ordinal	15-16
		Keputusan pembelian berdasarkan pemasok/penyalur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat penilaian responden terhadap keputusan pembelian berdasarkan pemasok/penyalur</li> </ul>	Ordinal	17-18
		Keputusan pembelian berdasarkan waktu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat penilaian responden terhadap keputusan pembelian berdasarkan waktu</li> </ul>	Ordinal	19
		Keputusan pembelian berdasarkan kuantitas/jumlah pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat penilaian responden terhadap keputusan pembelian berdasarkan kuantitas/jumlah pembelian</li> </ul>	Ordinal	20

Variabel/Sub variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item

### 3.2.3 Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis dan sumber data yang diperlukan dimana jenis dan sumber data tersebut dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu:

1. Data primer menurut Husain Umar (2001:64) adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel responden untuk memperoleh fakta yang relevan, dan dilakukan langsung dilapangan.
2. Data sekunder menurut Husain Umar (2001:84) adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain atau data yang sudah tersedia sebelumnya diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel, dan jurnal ilmiah.

Lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut ini :



**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Karakteristik Konsumen	Primer	Konsumen
2.	Tanggapan Konsumen mengenai atribut produk susu bubuk dewasa berkalsium Produgen	Primer	Konsumen
3.	Tanggapan Konsumen mengenai keputsan pembelian susu bubuk dewasa berkalsium Produgen	Primer	Konsumen
4.	Profil Perusahaan	Sekunder	Dari berbagai sumber

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan data

### 3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok objek yang dapat dijadikan sumber penelitian.

Sugiono (2007:27) mengemukakan pengertian dari populasi sebagai berikut :”Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Pendapat lain menyatakan bahwa :”Sampel populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”(Suharsimi Arikunto, 2006:108).

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka populasi pada penelitian ini adalah konsumen susu bubuk dewasa berkalsium Produgen di Alfamart, Indomart dan Yomart di wilayah Kelurahan Sukawarna Bandung yang di hitung dari rata-rata pembeli susu bubuk dewasa berkalsium Produgen perbulan yaitu sebanyak 102 orang.

**TABEL 3.3**  
**POPULASI KONSUMEN SUSU BUBUK DEWASA BERKALSIMUM PRODUGEN**  
**JANUARI-AGUSTUS 2007**

No.	Tempat	Jumlah Pembeli rata-rata /bulan
1	Alfamart	22
2	Indomart	47
3	Yomart	33
	<b>Jumlah Populasi</b>	<b>102</b>

Sumber: Hasil Pra Penelitian Agustus 2007

### 3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2007:73). Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2002:109) "Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Dalam suatu penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi diteliti. Hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu. Oleh karena itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan rumus sampel minimalis dari Harun Al Rasyid (1994:44) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Sedangkan  $n_0$  dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[ \frac{Z \left( 1 - \frac{\alpha}{2} \right) S}{\delta} \right]^2$$

Keterangan:

S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Empirical Rule*

$\delta$  = *Bound of error* yang dapat ditolerir sebesar 5%

N = Populasi

$n_0$  = Sampel

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

- Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- Nilai tertinggi skor responden :  $(20 \times 5) = 100$
- Nilai terendah skor responden :  $(20 \times 1) = 20$
- Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah =  $100 - 20 = 80$
- S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (*populasi standar deviator*) dengan menggunakan *deming empirical rule*, maka diperoleh:  $S = (0,21) (80) = 16,8$ . S = 0,21 karena diperoleh jawaban responden diperkirakan menjawab pertanyaan pada skor 4 dan 5.

Jadi,

$$N = 102 \text{ orang}$$

$$\alpha = 0,05$$

$$\delta = 5 \%$$

$$Z = \left[ 1 - \frac{\alpha}{2} \right] = 0,975 \rightarrow 1,96$$

$$S = 16,8$$

$$n_0 = \frac{[(1,96)(16,8)]^2}{5}$$

$$\begin{aligned}
 &= 43,370 \\
 &43,370 \\
 n &= \frac{43,370}{1 + 43,370} \\
 &102 \\
 &= 30,43 \\
 n &= 31 \text{ orang}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dengan ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan  $\alpha = 0,05$  dan derajat kepercayaan 5%, maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 31. Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal yang digunakan adalah 31 orang. Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa “untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”. Kemudian untuk mempermudah perhitungan dan memperkecil taraf kesalahan maka jumlah sampel ditambah 9, sehingga sampel yang akan diambil berjumlah 40 orang dari sebagian totalitas populasi konsumen susu bubuk dewasa berkalsium Produgen yang ada di Alfamart, Indomart dan Yomart.

#### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. (Sugiyono, 2007:73). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *systematic random sampling* atau teknik pengambilan sampel acak sistematis untuk populasi yang bergerak, dikarenakan populasi dianggap homogen.

Menurut Sugiyono (2007:77), "Sampling sistematis adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut". Dengan demikian tersedianya suatu populasi sasaran yang tersusun (*ordered population*).

Populasi dalam penelitian ini adalah populasi bergerak (*mobile population*). Menurut Harun Al-Rasyid (1994:66), cara *systematic* memiliki kelebihan yaitu bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka sampling.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi sasaran adalah konsumen susu bubuk dewasa berkalsium Produgen.
2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *check point*. Dalam penelitian ini yang menjadi tempat *check point* adalah di Alfamart, Indomart dan Yomart di Kelurahan Sukawarna Bandung..
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 10.00-16.00.
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *check point*. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval penelitian pertama atau dasar kepadatan pengunjung. Berdasarkan survei yang telah dilakukan sebelumnya diketahui rata-rata pembeli yang datang ke Alfamart, Indomart dan Yomart adalah 102 orang.
5. Menentukan ukuran kecukupan sampel yang akan diambil. Dalam penelitian ini berdasarkan rumus Harun Al Rasyid maka sampelnya berukuran 40 orang.

6. Data ini selanjutnya digunakan untuk menentukan interval pemilihan pertama dengan menggunakan rumus:  $I = N/n$ , jadi  $I = 102/40 = 2.5$ . Setelah diketahui interval, maka penyebaran angket dilakukan secara randomisasi (secara acak). Pada hari yang telah ditentukan pada *checkpoint* 1 orang konsumen (karena random dimulai dari konsumen ke 1,3,5....dst yang datang ke Alfamart, Indomart, Yomart ditanya dan diberi angket untuk diisi.

**TABEL 3.4**  
**PENYEBARAN PROPOSISI SAMPEL**  
**KONSUMEN SUSU BUBUK DEWASA BERKALSIMUM PRODUGEN**  
**ALFAMART, INDOMART DAN YOMART**

NO.	MINIMARKET	N	PERHITUNGAN	JMLH
1	ALFAMART	22	40 X 22/102	9
2	INDOMART	47	40 X 47/102	18
3	YOMART	33	40 X 33/102	13
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>SAMPEL</b>	<b>40</b>

Sumber: Hasil Pra Penelitian Agustus 2007

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mencari dan memperoleh data mengenai variabel-variabel yang berupa catatan dan laporan serta dokumentasi. Untuk memperoleh data yang diperlukan, maka teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan pengumpulan data dengan cara mempelajari dan meneliti literatur/ laporan-laporan yang berhubungan dengan "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Bubuk Dewasa Berkalsium Produgen".

Studi kepustakaan ini didapat dari sumber sebagai berikut:

- a. Perpustakaan UPI
- b. Perpustakaan-perpustakaan kampus lain selain UPI
- c. Skripsi angkatan terdahulu
- d. Media cetak (majalah, koran dan sebagainya) serta media elektronik (televisi, internet, radio)

## 2. Studi Lapangan

Studi lapangan merupakan usaha untuk mengumpulkan informasi dan data mengenai “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Bubuk Dewasa Berkalsium Produgen” dengan mengajukan pertanyaan tertulis dan dijawab secara tertulis pula. Yang terdiri dari:

- a. Observasi, yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap susu bubuk dewasa berkalsium Produgen yang ada di minimarket-minimarket sekitar Kelurahan Sukawarna Bandung.
- b. Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui komunikasi langsung dengan responden pengonsumsi susu bubuk dewasa berkalsium produgen.
- c. Angket, yaitu pengumpulan data “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Bubuk Dewasa Berkalsium Produgen” melalui seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi sampel penelitian. Dalam menyusun angket tentang anggapan responden setiap item pertanyaan terdiri dari pernyataan positif dan pernyataan negatif.

### 3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian, misalnya: surat kabar. Majalah, buku-buku dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

#### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Realibilitas

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*.

##### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2002).

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 korelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi antar variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan. (Suharsimi Arikunto, 2002:146)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolok ukurnya dari peserta yang sama.

Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t.

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

Nilai t dibandingkan dengan harga  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $dk=n-2$  dan taraf signifikansi  $\alpha=0,05$ . Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka soal tersebut valid.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 13 *for windows*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 13 *for window* sebagai berikut:

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

### Hasil Pengujian Validitas

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Atribut Produk</b>				
<b>1. Kualitas produk</b>				
1	Tingkat kandungan kalsium	0,947	0,374	Valid
2	Tingkat manfaat	0,811	0,374	Valid
3	Tingkat kualitas rasa	0,947	0,374	Valid
4	Tingkat daya tahan produk	0.938	0,374	Valid

<b>2. Fitur Produk</b>				
5	Variasi rasa	0,934	0,374	Valid
6	Rasa yang berbeda dengan produk lain	0,874	0,374	Valid
7	Kandungan gizi	0,942	0,374	Valid
8	Kesesuaian tampilan produk	0,957	0,374	Valid
<b>3. Rancangan Produk</b>				
9	Kemenarikan bentuk desain kemasan	0,929	0,374	Valid
10	Kemenarikan warna desain kemasan	0,828	0,374	Valid
11	Variasi ukuran kemasan	0,896	0,374	Valid
12	Kemudahan dalam penggunaan	0,816	0,374	Valid
No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Keputusan Pembelian</b>				
1	Pembelian berdasarkan kualitas	0,869	0,374	Valid
2	Pembelian berdasarkan khasiat	0,920	0,374	Valid
3	Pembelian berdasarkan reputasi	0,941	0,374	Valid
4	Pembelian berdasarkan keterkenalan merek	0,681	0,374	Valid
5	Pembelian berdasarkan kemudahan mendapatkannya	0,884	0,374	Valid
6	Pembelian berdasarkan tempat pembelian	0,840	0,374	Valid
7	Pembelian berdasarkan jumlah	0,808	0,374	Valid

8	Pembelian dilakukan bukan hanya untuk diri sendiri	0,808	0,374	Valid
---	--	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2008

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. Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan valid, karena setiap pernyataan memiliki  $r_{hitung}$  yang lebih besar daripada  $r_{tabel}$ , sehingga instrumen tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2006:178).

Suatu instrumen dianggap reliabel apabila dapat memberikan hasil data yang sama meskipun digunakan dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat keajegan atau ketepatan sebuah instrumen dalam memperoleh data. Dengan demikian, instrumen yang reliabel merupakan instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur berkali-kali dan menghasilkan data yang sama (konsisten).

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (\text{Husein Umar, 2002:146})$$

Keterangan:

- $r_{11}$  = Reliabilitas instrumen  
 $k$  = Banyaknya butir pertanyaan  
 $\sigma_t^2$  = Varians total  
 $\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir tiap pertanyaan

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

$$\sigma = \frac{\sum X^2 \left( \frac{\sum X^2}{n} \right)}{n} \quad (\text{Husein Umar, 2002:147})$$

Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

- jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen dikatakan reliabel.
- jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 13 for window. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 13 for window sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variabel X dan variabel Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- 2) Klik variabel 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 reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

### Hasil Pengujian Reliabilitas

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. Berdasarkan Tabel 4.2 berikut ini dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan reliabel, karena setiap pernyataan memiliki  $r_{hitung}$  yang lebih besar daripada  $r_{tabel}$ , sehingga instrumen tersebut akan memberikan hasil ukur yang sama.

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No		$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Atribut Produk (X)</b>				
1	Kualitas produk	0,962	0,374	Reliabel
2	Fitur produk	0,967	0,374	Reliabel
3	Rancangan produk	0,940	0,374	Reliabel
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>				
4	Keputusan pembelian	0,959	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2008

### 3.2.7. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dalam penelitian ini diukur berdasarkan pada skala ordinal. Skala pengukuran ordinal dapat memberikan informasi tentang jumlah relatif karakteristik berbeda yang dimiliki oleh objek atau individu tertentu. Oleh karena itu, data yang dihasilkan merupakan data ordinal sehingga sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen susu bubuk dewasa berkalsium Produgen.

Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal. Sejalan dengan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian data yang diperlukan adalah data interval. Menurut Naresh H. Malhotra (2004:278) bahwa:

Di dalam skala interval, jarak yang setara secara numerik pada skala mewakili nilai secara karakteristik yang sedang diukur. Skala interval mengandung semua informasi mengenai skala ordinal. Jadi dalam penelitian ini semua data yang dihasilkan secara ordinal tidak perlu ditransformasikan dahulu menjadi data interval karena teknik statistik yang dapat digunakan atas skala interval termasuk semua teknik yang dapat diterapkan ke data skala nominal dan ordinal.

Penganalisaan data dalam penelitian ini dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu:

1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a Memberi skor pada setiap item
  - b Menjumlahkan skor pada setiap item
  - c Menyusun rangking skor pada setiap variabel
3. Menganalisis data.

Yaitu proses pengolahan data yang menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

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

**TABEL 3.7**  
**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)

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi dan regresi linier sederhana, karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel, yaitu atribut produk sebagai variabel bebas (X), dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y), adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:



## 1. Analisis Korelasi

Hubungan antara kedua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan X) pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan Y). Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan X dan Y disebut koefisien korelasi (r) Nilai koefisien paling sedikit  $-1$  dan paling besar  $1$  ( $-1 \leq r \leq 1$ ), artinya jika :

$r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekat  $1$ , hubungan sangat kuat dan positif)

$r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati  $-1$ , hubungan sangat kuat dan negatif)

$r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan

Penentuan koefisien korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Pearson (Pearson's Product Moment Coefficient Of Correlation)*, yaitu :

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

(Sugiyono, 2003:183)

Menurut Jonathan Sarwono (2005:64), Korelasi Pearson digunakan untuk mengetahui ada dan tidaknya hubungan dua variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*) yang berskala interval (*parametric*) di mana SPSS menyebutnya sebagai *scale*. Dalam korelasi ini tidak dibedakan antara variabel bebas dan variabel terikat, karena fokus pengukuran adalah besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dikorelasikan. Korelasi

dapat menghasilkan angka positif (+) atau negatif (-). Jika korelasi menghasilkan angka positif, hubungan kedua variabel bersifat searah. Searah mempunyai makna jika variabel bebas besar maka variabel tergangungnya juga besar. Jika korelasi menghasilkan angka negatif, hubungan variabel bersifat tidak searah. Tidak searah mempunyai makna jika variabel bebas besar maka variabel tergangungnya menjadi kecil. Angka korelasi berkisar antara 0 s/d 1. Dengan ketentuan jika angka mendekati 1 (satu) hubungan kedua variabel semakin kuat. Jika angka korelasi mendekati 0 hubungan kedua variabel semakin lemah. Pada tabel 3.7 dibawah ini diperlihatkan mengenai klasifikasi koefisien korelasi, sebagai berikut:

**TABEL 3.8**  
**KLASIFIKASI KOEFISIEN KORELASI**

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
0,000-0,199	Sangat rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2003:183)

## 2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Langkah selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Menurut Jonathan Sarwono (2005:68) mengemukakan bahwa "Regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terganggu dan memprediksi variabel terganggu dengan menggunakan variabel bebas". Dalam analisis regresi linier sederhana ini terdapat dua variabel yang diprediksikan yaitu satu variabel terikat (*dependent*



Untuk mempengaruhi besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi / *coefficient of determination* ( $r^2$ ).

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

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

(Sudjana 2001:370)

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

**TABEL 3.9  
GUILFORD**

Besar Koefisien	Klasifikasi
0,00 – 0,19	Sangat rendah/lemah dapat diabaikan
0,20 – 0,39	Rendah/lemah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Tinggi/kuat
0,80 – 1,00	Sangat tinggi/sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2003:183)

Keterangan : Pedoman untuk memberikan klasifikasi pengujian pengaruh

### 3.2.8 Rancangan Uji Hipotesis

Untuk pengujian Hipotesis dalam penelitian ini meliputi:

#### 1. Uji Signifikansi Koefisien Korelasi

Untuk menguji ada atau tidaknya hubungan (korelasi) antara variabel X dengan Y digunakan rumus distribusi student ( $t_{\text{student}}$ ). Formula dari *Distribusi Student* adalah:

$$t = r_s \sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}} \quad (\text{Sudjana, 2001:62})$$

Keterangan:

$t$  = distribusi student

$r$  = koefisien korelasi *Product Moment*

$n$  = banyaknya data

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

a.  $H_0 : \rho \leq 0$

Artinya tidak terdapat hubungan signifikan yang positif antara Atribut produk terhadap Keputusan pembelian pada konsumen susu bubuk dewasa berkalsium Produgen di Alfamart, Indomart dan Yomart Kelurahan Sukawarna Bandung.

b.  $H_a : \rho > 0$

Artinya terdapat hubungan signifikan yang positif antara Atribut produk terhadap Keputusan pembelian pada konsumen susu bubuk dewasa

berkalsium Produgen di Alfamart, Indomart dan Yomart Kelurahan Sukawarna Bandung.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

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

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

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

## 2. Uji Keberartian Koefisien Arah Regresi

Untuk menguji keberartian koefisien arah regresi dilakukan dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$F = \frac{S_{reg}^2}{S_{sis}^2} \quad (\text{Sudjana, 2001:16})$$

Secara statistik pengujian hipotesis keberartian arah regresi adalah:

- a.  $H_0 : \beta \leq 0$ , Koefisien arah regresi tidak berarti

Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan yang positif antara Atribut produk terhadap Keputusan pembelian pada konsumen susu bubuk dewasa berkalsium Produgen di Alfamart, Indomart dan Yomart Kelurahan Sukawarna Bandung.

- b.  $H_a : \beta > 0$ , Koefisien arah regresi berarti

Artinya terdapat pengaruh signifikan yang positif antara Atribut produk terhadap Keputusan pembelian pada konsumen susu bubuk dewasa

berkalsium Prodigen di Alfamart, Indomart dan Yomart Kelurahan Sukawarna Bandung.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

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

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

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

### 3. Uji Kelinieran Regresi

Untuk menguji kelinieran regresi dilakukan dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$F = \frac{S_{TC}^2}{S_G^2} \quad (\text{Sudjana, 2001:16})$$

Secara statistik pengujian hipotesis kelinieran regresi adalah:

- a.  $H_0 : \beta \leq 0$ , Koefisien arah regresi tidak linier  
Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan yang positif
- b.  $H_a : \beta > 0$ , Koefisien arah regresi berarti  
Artinya terdapat pengaruh signifikan yang positif

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

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

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

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.

Adapun pedoman untuk memberikan klasifikasi pengujian pengaruh dari X (atribut produk) terhadap Y (keputusan pembelian) yaitu sebagai berikut:

**TABEL 3.10**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN KLASIFIKASI PENGUJIAN PENGARUH**

Besar Koefisien	Klasifikasi
< 20	Sangat Rendah/Lemah/Dapat Diabaikan
0,20 – 0,40	Rendah/Lemah
0,40 – 0,70	Sedang
0,70 – 0,90	Tinggi/Kuat
0,90 – 1,00	Sangat Tinggi/Sangat Kuat

Sumber: Sudjana (1996:370)

Adapun untuk membantu pengolahan data dan pengujian hipotesis digunakan bantuan dengan menggunakan *software* statistik SPSS menurut Wahid Sulaiman (2002:141), melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Masukkan data Variabel X, dan Y
2. Aktifkan menu **Analyze**
3. Pilih **Regression**
4. Klik Linear sehingga akan tampil kotak dialog **Linear Regression**

Pilih variabel-variabel yang diinginkan dan masukkan ke dalam kotak-kotak pilihan yang ada.

#### 4. Kriteria Pengambilan Keputusan

Secara statistik, hipotesis yang digunakan akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis.



1. Hipotesis

$H_0: \rho \leq 0$ , = tidak terdapat pengaruh antara atribut produk terhadap keputusan pembelian pada produk susu bubuk dewasa berkalsium Produgen

$H_a: \rho > 0$  = terdapat pengaruh antara atribut produk terhadap keputusan pembelian pada produk susu bubuk dewasa berkalsium Produgen

2. Kriteria pengujian hipotesis

$H_0$  diterima bila harga t hitung lebih kecil dari t tabel, dan  $H_a$  diterima bila harga t hitung lebih besar atau sama dengan harga t tabel.

