

## **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 (X1) adalah atribut produk yang memiliki tiga indikator yaitu kualitas, fitur/ciri dan rancangan. Sedangkan untuk variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian yang mempunyai lima indikator yaitu pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

Berdasarkan objek penelitian di atas, dianalisa mengenai pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian biskuit Khong Guan survei pada konsumen biskuit Khong Guan pada Ibu-ibu rumah tangga di Desa Talagasari, Kec. Kadungora Kab. Garut mulai bulan Januari 2007 sampai dengan Mei 2007.

#### **3.2 Metode Penelitian**

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

###### **a. Jenis Penelitian**

Di dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain. Menurut Suharsimi (2002:9):

Deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang ciri-ciri variabel. Penelitian deskriptif yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk memperoleh deskripsi mengenai gambaran tentang pengaruh atribut produk (kualitas, fitur/ciri dan rancangan) terhadap keputusan pembelian biskuit Khong Guan.

Selanjutnya Suharsimi (2002:7) mengemukakan mengenai pengertian penelitian *verifikatif*.

Sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis penelitian yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan di mana tujuan dalam penelitian ini akan diuji apakah terdapat kebenaran suatu hipotesis dari atribut produk (kualitas, fitur/ciri dan rancangan) dan keputusan pembelian biskuit Khong Guan.

#### **b. Metode Penelitian**

Mengingat sifat penelitian ini adalah *deskriptif* dan *verifikatif* yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif survey* dan metode *explanatory survey*. Menurut Ker Linger yang dikutip oleh Sugiyono (2004:7) bahwa metode *deskriptif survey* dan *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan-hubungan antar variabel.

Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian sampel dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Karena penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun yakni dari bulan Januari mpai dengan bulan Mei 2007, sehingga metode yang digunakan adalah *cross section method*, yaitu “Metode penelitian yang dilakukan untuk meneliti suatu fenomena tertentu dalam satu kurun waktu saja” (Husein, 2003: 131).

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

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

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variable/sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Atribut Produk (X)	Pengembangan suatu produk dan jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan (Kotler & Amstrong 2001 : 354)	1. Kualitas	1. Tingkat kelezatan biskuit	Ordinal	1
			2. Tingkat warna biskuit	Ordinal	2
			3. Tingkat aroma biskuit	Ordinal	3
			4. Tingkat keawetan (kadaluwarsa) biskuit	Ordinal	4
		2. Fitur/ciri	1. Tingkat keragaman ukuran	Ordinal	5
			2. Tingkat tingkat kelengkapan kandungan (komposisi)	Ordinal	6
			3. Tingkat kandungan gizi	Ordinal	7
			4. Tingkat kesesuaian tampilan produk	Ordinal	8

Variable/sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		3. Rancangan	1. Tingkat kemenarikan bentuk desain 2. Tingkat kemenarikan warna desain pembungkus 3. Tingkat kemenarikan tata letak desain biskuit 4. Tingkat kemenarikan kata-kata desain 5. Tingkat kemenarikan gambar desain 6. Tingkat kemenarikan logo desain 7. Tingkat kesesuaian ukuran desain 8. Tingkat keamanan kemasan	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal	9 10 11 12 13 14 15 16
Keputusan Pembelian (Y)	Pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan semua alternatif dan dalam memilih alternatif yang memberikan hasil yang maksimum.				
		1. Pemilihan Produk	1. Tingkat pemilihan (perbandingan) terhadap produk 2. Tingkat keunggulan produk 3. Tingkat manfaat yang diberikan dari produk	Ordinal Ordinal Ordinal	17 18 19
		2. Pemilihan Merek	1. Tingkat ketertarikan terhadap merek 2. Tingkat	Ordinal	20

Variable/sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			kebiasaan terhadap merek	Ordinal	21
			3. Tingkat kesesuaian harga	Ordinal	22
		3. Pemilihan Saluran Pembelian	1. Tingkat pelayanan yang diberikan	Ordinal	23
			2. Tingkat kemudahan dalam mendapatkan	Ordinal	24
			3. Tingkat persediaan barang	Ordinal	25
		4. Penentuan Waktu Pembelian	1. Tingkat kesesuaian dengan kebutuhan	Ordinal	26
			2. Tingkat keuntungan yang dirasakan	Ordinal	27
			3. Tingkat kesesuaian alternatif pilihan	Ordinal	28
		4. Jumlah Pembelian	1. Tingkat keputusan pembelian konsumen	Ordinal	29
			2. Tingkat Kepuasan	Ordinal	30

### 3.2.3 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 diatas 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 digunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut berikut ini:

**Tabel 3.2**  
**Jenis dan Sumber Data**

No	Jenis Data	Sumber Data
1.	Gambaran umum perusahaan	Perusahaan
2.	Penyebaran industri biskuit di Indonesia berdasarkan provinsi	Indocommercial no 299, Juni 2002
3.	Alasan Konsumen membeli produk	Majalah Mix; Juni 2005
4.	Tingkat kepuasan konsumen biskuit	SWA 21/XX/Oktober/2004
5.	Alasan konsumen membeli produk biskuit	Pra penelitian 2007
6	Tanggapan pelanggan pada atribut produk biskuit Khong Guan	Responden
7	Tanggapan pelanggan tentang keputusan pembelian biskuit KhongGuan	Responden
8	Tanggapan pelanggan tentang pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian biskuit Khong Guan	Responden

### **3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling***

#### **a. Populasi**

Dalam mengumpulkan dan menganalisis suatu data, menentukan populasi merupakan langkah yang penting dalam pelaksanaan penelitian. Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga 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) : “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. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas maka yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah ibu-ibu rumah tangga di Desa Talagasari Kec.Kadungora Kab.Garut, yang terdiri 16 RW dengan jumlah 2514 (N) ibu rumah tangga yang tersebar di 16 RW.

**Tabel 3.3**  
**Daftar Populasi**

NO	PEMBAGIAN RW	JUMLAH RT	JML IBU RUMAH TANGGA
1	I	4	162
2	II	4	153
3	III	3	126
4	IV	5	191
5	V	6	208
6	VI	6	200
7	VII	7	245
8	VIII	6	215
9	IX	6	210
10	X	3	124
11	XI	4	149
12	XII	3	121
13	XIII	5	196
14	XIV	2	75
15	XV	2	69
16	XVI	3	70
<b>JML</b>	<b>16</b>	<b>66</b>	<b>2514</b>

Sumber : Data Topografi Desa Talagasari 2005

#### **b. Sampel**

Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang *representatif* dan mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:109), 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”.

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia. Maka dari itulah peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti. Menurut Sugiyono (2002:73) :

Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel dari populasi harus benar-benar mewakili.

Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari pembeli biskuit di Desa Talagasari Kecamatan Kadungora Kab.Garut yaitu sebanyak 100 orang.

### **C. Teknik Sampling**

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Menurut Suharsimi Arikunto (2002:111) teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Untuk memperoleh sampel yang representatif digunakan langkah-langkah penelitian sebagai berikut:

1. Menginventarisasi jumlah penduduk konsumen biskuit Khong Guan di Desa Talagasari Kecamatan Kadungora Kabupaten Garut.
2. Menentukan ukuran sampel dari besarnya populasi yaitu sebagian konsumen biskuit di Desa Talagasari Kecamatan Kadungora Kabupaten Garut.

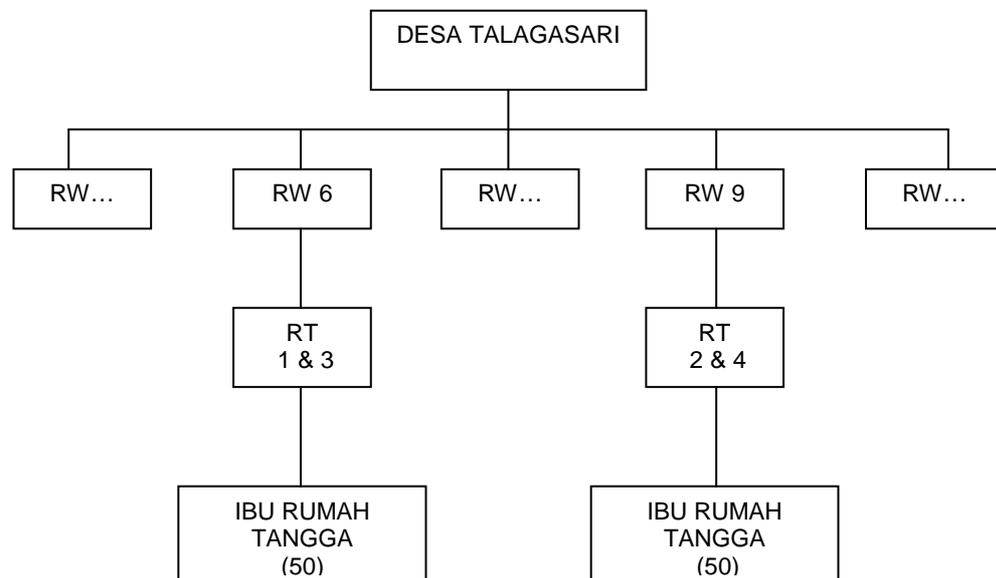
Dalam penelitian ini ukuran sampel ditentukan dalam uji statistik yang akan digunakan yaitu *Cluster Random Sampling* (CSR) atau disebut juga

sebagai *area sampling*. Menurut Sugiyono (2002:76) dalam *Cluster Random Sampling* (CSR) untuk menentukan jumlah penduduk mana yang dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya berdasarkan populasi yang ditetapkan. Dalam *Cluster Random Sampling* (CSR) sering digunakan melalui dua tahap yaitu tahap pertama menentukan sampel daerah dan tahap berikutnya menentukan orang-orang yang ada pada daerah itu secara sampling.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti melakukan tahap sebagai berikut :

1. Menentukan kecamatan yang akan di pilih, yaitu Kecamatan kadungora yang terdiri dari 10 Desa, dipilih satu desa yaitu Desa Talagasari. Desa Talagasari terdiri dari 10 RW, dipilih dua RW yaitu RW 06 dan RW 09
2. Menentukan RT yang dipilih untuk RW 06 dipilih RT 1 dan 3 sedangkan untuk RW 9 dipilih RT 2 dan 4.

Untuk lebih jelasnya, dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 3.1**  
**Tahapan Teknik Sampling**

Dalam menentukan jumlah sampel digunakan pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dari Husein Umar (202:141) yaitu :

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = taraf kesalahan

Sedangkan untuk menentukan ukuran sampel, peneliti berpatokan pada pendapat Suharsimi Arikunto (2002:107), bahwa:

Untuk sekedar ancer-ancer maka apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10-15%, atau 20-25% atau lebih.

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{2514}{1 + 2514(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2514}{1 + 2514(0,01)}$$

n = 96,17 ≈ 96 orang

Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa “ Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit dari jumlah matematik tadi”. Maka untuk keperluan penelitian ukuran sampel ditambah sebanyak 4, sehingga ukuran sampel dalam penelitian ini menjadi 100 orang.

Untuk lebih jelasnya, perincian distribusi sampel dari perhitungan setiap bagian dengan mempergunakan rumus diatas dapat disusun pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 3.4**  
**Jumlah Sampel Penduduk**

RW	RT	$\Sigma$ Ibu RT
VI	1 dan 3	50
IX	2 dan 4	50
<b>Jumlah</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang diperoleh penulis dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Kuesioner/angket, yaitu teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian yaitu pengguna biskuit Khong Guan. Dalam penelitian ini kuesioner atau angket berlaku sebagai daftar primer. Angket yang digunakan dan disebar pada responden merupakan angket yang disusun dengan memberikan alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti. Dengan menggunakan angket tertutup sebagai teknik pengumpulan data akan mempermudah peneliti dalam melakukan analisis data dari seluruh angket sehingga dapat menghemat waktu. Pertanyaan dalam angket dibuat dalam bentuk pertanyaan, dan setiap alternatif diberi nilai dengan menggunakan skala Likert, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.5**  
**Alternatif Jawaban Berdasarkan Skala Likert**

Alternatif Jawaban	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

Sumber : Sugiyono (2004:87)

Akan tetapi dalam penelitian ini penulis menggunakan alternatif jawaban positif, untuk memudahkan di dalam pengolahan data.

2. Observasi, yaitu pengamatan terhadap objek penelitian dan data yang diperlukan dalam penelitian, yang diteliti adalah ada atau tidaknya pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian.
3. Studi kepustakaan yaitu usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan juga gambaran umum mengenai produk yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti.

### **3.2.6. Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.2.6.1 Pengujian Validitas**

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*.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Menurut Suharsimi Arikunto (2002:145) Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah.

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. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas (Husein Umar, 2002:110) :

1. Mendefinisikan secara operasional suatu yang konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya seperti berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

dimana : r = Indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan (Suharsimi Arikunto, 2002:146)

Pengujian keberartian koefisien korelasi dilakukan dengan taraf signifikansi 5 %. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

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

Keputusan uji validitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 11,5 for windows. Hasil perhitungan validitas instrumen penelitian menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan valid karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,374 pada derajat kebebasan 28 (df=n-2) dengan taraf signifikansi 5% karena diuji terhadap 30 responden. Pada pengukuran validitas mengenai atribut produk nilai tertinggi terdapat pada

instrumen fitur produk khususnya tingkat kelengkapan kandungan (komposisi) dan pada fitur produk khususnya tingkat kemenarikan gambar desain 0,960, sedangkan nilai terendah terdapat pada instrumen rancangan produk khususnya tingkat kemenarikan logo desain biskuit sebesar 0,460.

Sedangkan pada instrumen keputusan pembelian nilai paling tinggi terdapat pada instrumen pemilihan produk khususnya tingkat pemilihan (perbandingan) terhadap produk 0,966 sedangkan nilai butir soal paling rendah pada instrumen pemilihan produk khususnya tingkat keunggulan produk sebesar 0,871.

### 3.2.6.3 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan 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. Reliabel menurut Suharsimi arikunto (2002:154) artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Husein Umar, 2002:113).

Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5.

Rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) sebagai berikut :

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

(Husein Umar, 2002:125 dan Suharsimi Arikunto, 2002:171)

dimana :  $r_{11}$  = reliabilitas instrumen  
 $k$  = banyak butir pertanyaan  
 $\sigma_t^2$  = varians total

$$\sum \sigma_b^2 = \text{jumlah varians butir tiap pertanyaan}$$

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ( $\sum \sigma^2$ ) sebagai berikut :

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

(Husein Umar, 2002:127)

dimana :  $n$  = jumlah sampel ;  $\sigma$  = nilai varians

$x$  = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

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

Sedangkan untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2002) adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.6**  
**Interpretasi Besarnya Koefisien**

Interval Koefisien	Interpretasi
Antara 0,800 – 1,00	Reliabilitas Sangat Tinggi
Antara 0,600 – 0,800	Reliabilitas Tinggi
Antara 0,400 – 0,600	Reliabilitas Cukup
Antara 0,200 – 0,400	Reliabilitas Rendah
Antara 0,000 – 0,200	Reliabilitas Sangat Rendah

Sumber : Suharsimi Arikunto (2002)

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS 11,5 *for windows*. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen diketahui semua variabel reliabel, hal ini karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,374. Nilai paling tinggi 0,987 untuk item no 3,4,9, 15 dan 16 dan sisanya item dengan nilai terendah 0,986.

### 3.2.7 Teknik Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket, angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *Atribut Produk* terhadap Keputusan Pembelian biskuit Khong Guan.

Pada penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh koresponden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tiga tahapan yaitu :

#### 1. Menyusun data

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

#### 2. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

#### 3. Pengujian

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif yang terdiri dari dua variabel, maka dilakukan analisis *Rank Spearman*.

Korelasi *rank spearman* ( $r_s$ ) digunakan untuk mencari hubungan atau pengaruh antara dua variabel untuk menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal, dan sumber data antar variabel tidak harus sama. (Sugiyono, 2004:282)

Korelasi ini mengasumsikan bahwa data terdiri dari pasangan-pasangan hasil pengamatan numerik atau non numerik. Setiap data  $X_1$  maupun  $Y_1$  ditetapkan peringkatnya relatif terhadap X dan Y yang lain, dari yang terkecil sampai terbesar. Peringkat terkecil diberi nilai 1. Jika di antara nilai-nilai X atau Y terdapat angka yang sama, masing-masing nilai sama diberi peringkat rata-rata dari posisi yang seharusnya, dan terakhir jika data terdiri atas hasil pengamatan no-numerik bukan angka, data tersebut harus dapat diperingkat seperti yang telah dijelaskan di atas.

Langkah-langkah analisis korelasi *rank spearman* adalah sebagai berikut

#### 1. **Menentukan Hipotesis**

Langkah pertama dalam prosedur pembuatan keputusan adalah menyatakan hipotesis nol ( $H_0$ ) yaitu hipotesis yang menyatakan tidak adanya saling hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, kemudian berikutnya menyatakan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) yang merupakan hipotesis yang menyatakan adanya saling hubungan antara dua variabel atau lebih dari variabel yang diteliti.

Adapun hipotesis yang dinyatakan oleh penulis diantaranya :

$H_0 : \rho \leq 0$  (tidak ada pengaruh positif antara variabel atribut dengan variabel keputusan pembelian)

$H_1 : \rho > 0$  (ada pengaruh positif antara variabel atribut produk dengan variabel

Keputusan pembelian)

## 2. Statistik Hitung

Hitung data hasil pengamatan ke dalam rumus korelasi *rank spearman* berikut ini :

- Jika data yang dianalisis tidak memiliki *rank* kembar atau *rank* kembar hanya sedikit yang sama (dibawah 20 %) maka digunakan rumus I, yaitu :

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d_i^2}{N^3 - N} \quad (\text{Siegel, 1997:253}) \dots\dots\dots (1.1)$$

- Jika data yang dianalisis memiliki *rank* kembar yang cukup banyak, maka rumus yang digunakan rumus II, yaitu :

$$r_s = \frac{\sum X^2 + \sum Y^2 - \sum d_i^2}{2\sqrt{\sum X^2 \cdot \sum Y^2}} \quad (\text{Siegel, 1997:256}) \dots\dots\dots (1.2)$$

dimana :  $r_s$  = Koefisien korelasi *rank spearman*

$\sum X^2$  = Jumlah rangking yang sama pada variabel X

$\sum Y^2$  = Jumlah rangking yang sama pada variabel Y

$\sum d_i^2$  = Jumlah hasil pengurangan antara rangking pada variabel X dan variabel Y melalui pengkuadratan

Rumus yang digunakan untuk mencari  $\sum X^2$  dan  $\sum Y^2$  adalah :

$$\sum X^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum TX \quad (\text{Siegel, 1997:257}) \dots\dots\dots (1.3)$$

$$\sum Y^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum TY \quad (\text{Siegel, 1997:257}) \dots\dots\dots (1.4)$$

Rumus untuk mencari TX dan TY adalah sebagai berikut :

$$\sum TX = \sum \frac{t^3 - t}{12} \quad (\text{Siegel, 1997 :256}) \dots\dots\dots (1.5)$$

$$\sum TY = \sum \frac{t^3 - t}{12} \quad (\text{Siegel, 1997 :256}) \dots\dots\dots (1.6)$$

Langkah-langkah pengujian korelasi *rank spearman* adalah sebagai berikut:

1. Memberikan rangking pada variabel X dan Y mulai dari 1 sampai dengan N.
2. Menentukan harga disetiap subjek dengan mengurangkan rangking X terhadap Y. Selanjutnya mengkuadratkan harga pada masing-masing subjek untuk mendapatkan nilai  $d_i^2$ .
3. Menjumlahkan harga-harga  $d_i^2$  untuk mendapatkan harga  $\sum d_i^2$ .
4. Mensubtitusikan harga-harga yang telah diperoleh ke dalam rumus korelasi rank spearman.

### 3. Interpretasi Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2004:183), ukuran korelasi untuk dijadikan interpretasi adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.7**  
**Koefisien Korelasi**

Besarnya Nilai	Interpretasi
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 : Sugiyono (2004:183)	

### 4. Statistik uji yang digunakan

Penulis menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95 % sehingga tingkat kesalahan yang dimungkinkan adalah sebesar 5% dengan simbol  $\alpha$ . Dikarenakan subjek yang merupakan sampel besar, dimana N lebih besar dari 30, maka untuk melihat signifikansinya dilakukan dengan rumus *student t* dengan rumus sebagai berikut :

$$t = r_s \sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}} ; (\text{Siegel, 1997:263}) \text{ dan } t = \frac{r_s \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_s^2}} \text{ Sugiyono, 2002:184}$$

Jika data kurang dari 30 atau lebih dimana:

t : statistik t derajat bebas n-2

N : banyaknya pengamatan

## 5. Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2004:150) untuk mencari pengaruh (*varians*) variabel terhadap (*varians*) variabel lain dapat digunakan teknik statistik dengan menghitung besarnya koefisien determinasi. Koefisien determinasi ( $r_s^2$ ) digunakan untuk menghitung berapa besar perubahan pada variabel X mampu menjelaskan perubahan variabel Y, atau dengan kata lain berapa besar perubahan atribut produk mampu menjelaskan perubahan keputusan pembelian. Koefisien determinasi dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$Kd = r_s^2 \times 100\% ; (\text{Sugiyono, 2004:151}).$$

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

**Tabel 3.8**  
**Pedoman untuk Memberikan Klasifikasi**  
**Pengujian Pengaruh**

Besar Koefisien	Klasifikasi
<0,20	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)

## 6. Kesimpulan Statistik

Selanjutnya membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, Jika :

nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

nilai  $t_{hitung} \leq$  nilai  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

## 7. Software Statistik SPSS 11.5 For Window

Adapun untuk membantu pengolahan data dan pengujian hipotesis dengan menggunakan rank spearman melalui bantuan *software* statistik SPSS 11.5 For Window. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 11,5 for window adalah sebagai beriku :

8. Masukan data variabel X dan Variabel Y, harga jumlah-jumlah dari jawaban responden atas no item pada variabel i.
9. Klik variabel *view*, isi kolom variabel *name* dengan variabel-variabel penelitian (misal X, Y dan Z) *widht*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama variabel penelitian), *coloum*, *align* (*left*, *centre* dan *right*) dan isi juga kolom *measurre* (skala, ordinal atau nominal).
10. Kembali ke data *view*, kemudian klik *analyze* pada *toolbars* pilih *correlate* kemudian klik *bivariate*.
11. Pindahkan variabel yang akan diuji lalu klik Rank Spearman, OK.
12. Selanjutnya membandingkan nilai  $t_{hitung}$  terhadap  $t_{tabel}$  dengan melihat harga kritis t.
13. Kriteria pengujiannya dapat menggunakan taraf signifikan 5%. Jika pada taraf signifikan 5% harga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis kerja diterima.