

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini mengenai pengaruh kemasan produk terhadap keputusan pembelian Tolak Angin Sido Muncul. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian sebagai variabel bebas (*independent variable*) adalah kemasan produk yang terdiri dari enam dimensi yaitu ukuran, bentuk, bahan dasar, warna, tulisan, dan tanda merek.

Objek yang merupakan variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan pembelian yang terdiri dari lima dimensi yaitu keputusan pembelian berdasarkan produk yang dibeli, keputusan pembelian berdasarkan merek yang dibeli, keputusan pembelian berdasarkan saluran pembelian, keputusan pembelian berdasarkan waktu pembelian, dan keputusan pembelian berdasarkan jumlah produk yang dibeli.

Objek yang dijadikan responden penelitian ini adalah konsumen Tolak Angin Sido Muncul di wilayah Kelurahan Cijawura Kota Bandung. Pemilihan wilayah tersebut dikarenakan atas pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa banyaknya warga masyarakat yang mengkonsumsi Tolak Angin Sido Muncul. Selain itu juga terdapat banyaknya spanduk Tolak Angin Sido Muncul yang terpasang di beberapa tempat perbelanjaan sekitar perumahan warga. Dari objek penelitian ini, maka akan diteliti mengenai pengaruh kemasan produk terhadap keputusan pembelian Tolak Angin Sido Muncul.

## 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*. Menurut Sugiyono (2007:11): "Penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain". Melalui jenis penelitian *deskriptif* disini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kemasan produk dan keputusan pembelian Tolak Angin Sido Muncul di wilayah Kelurahan Cijawura Kota Bandung.

Adapun jenis penelitian *verifikatif* menurut Suharsimi Arikunto (2006:8): "Pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel responden untuk memperoleh data yang relevan". Di mana dalam penelitian ini akan diuji apakah terdapat pengaruh kemasan produk terhadap keputusan pembelian konsumen Tolak Angin Sido Muncul.

Berdasarkan jenis penelitian diatas yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survei explanatory*. Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2006:7) yang dimaksud dengan:

”Metode *survei* yaitu 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”.

Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun sehingga metode yang digunakan adalah *cross sectional method*, yaitu metode penelitian dengan cara memperbaiki objek dalam kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang. (Husein Umar, 2003:45).

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel**

Asep Hermawan (2006:118) mendefinisikan bahwa:”Operasionalisasi variabel adalah bagaimana caranya kita mengukur suatu variabel”. Dalam suatu penelitian agar bisa dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah meliputi variabel bebas yaitu kemas Produk (X) dengan sub variabelnya ukuran, bentuk, bahan dasar, warna, tulisan, tanda merek. Sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) melalui dimensi pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Secara lengkap operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item Soal
Kemasan (X <sub>1</sub> )		Kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk (Philip Kotler, 2006:230)				
	Ukuran (X <sub>1.1</sub> )	Isi yang terkandung dari suatu produk yang berada di dalam kemasan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keekonomisan untuk dikonsumsi</li> <li>• Kemudahan penyimpanan</li> <li>• Kemudahan untuk dibawa</li> <li>• Kemudahan penggunaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keekonomisan untuk dikonsumsi</li> <li>• Tingkat kemudahan penyimpanan kemasan</li> <li>• Tingkat kemudahan untuk dibawa</li> <li>• Tingkat kemudahan penggunaan</li> </ul>	Ordinal	1
					Ordinal	2
					Ordinal	3
					Ordinal	4
	Bentuk (X <sub>1.2</sub> )	Bagian luar kemasan yang menjadi identitas dari suatu produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya tarik bentuk kemasan</li> <li>• Kesesuaian bentuk kemasan dengan kebutuhan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat daya tarik bentuk kemasan</li> <li>• Tingkat kesesuaian bentuk kemasan dengan kebutuhan</li> </ul>	Ordinal	5
					Ordinal	6
	Bahan dasar (X <sub>1.3</sub> )	Kandungan material yang digunakan dari suatu produk yang dikemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keamanan bahan kemasan</li> <li>• Kekuatan bahan kemasan</li> <li>• Kesesuaian bahan kemasan dengan masa pemakaian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keamanan bahan kemasan</li> <li>• Tingkat kekuatan bahan kemasan</li> <li>• Tingkat kesesuaian bahan kemasan dengan masa pemakaian</li> </ul>	Ordinal	7
					Ordinal	8
					Ordinal	9
	Warna (X <sub>1.4</sub> )	Corak yang dapat menimbulkan daya tarik visual dari suatu produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya tarik warna kemasan</li> <li>• Keselarasan warna kemasan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat daya tarik warna kemasan</li> <li>• Tingkat keselarasan warna kemasan</li> </ul>	Ordinal	10
					Ordinal	11
	Tulisan (X <sub>1.5</sub> )	Huruf atau angka yang dapat memberikan informasi secara tepat dalam kemasan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kejelasan informasi kemasan</li> <li>• Kejelasan tulisan kemasan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kejelasan informasi kemasan</li> <li>• Tingkat kejelasan tulisan kemasan</li> </ul>	Ordinal	12
					Ordinal	13

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item Soal
	Tanda merek (X <sub>1.6</sub> )	Identitas dari suatu kemasan yang di gambarkan dalam bentuk logo atau gambar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kejelasan logo dalam kemasan</li> <li>Daya tarik desain gambar kemasan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kejelasan logo dalam kemasan</li> <li>Tingkat daya tarik desain gambar kemasan</li> </ul>	Ordinal Ordinal	14 15
Keputusan Pembelian (Y)		Suatu keputusan yang dilakukan oleh konsumen yang dipengaruhi oleh kebudayaan, kelas social, keluarga, dan referensi grup yang akan membentuk suatu sikap pada diri individu kemudian melakukan pembelian (Buchari Alma, 2007:57)				
	Pemilihan Produk	Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keputusan pembelian berdasarkan produk jamu sebagai obat masuk angin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keputusan pembelian berdasarkan produk jamu sebagai obat masuk angin</li> </ul>	Ordinal	1
	Pemilihan Merek	Konsumen harus memutuskan merek mana yang akan dibeli, setiap merek memiliki perbedaan tersendiri	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kepercayaan terhadap merek</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kepercayaan terhadap merek</li> </ul>	Ordinal	2
	Pemilihan Saluran pembelian	Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemudahan mendapatkan produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kemudahan mendapatkan produk</li> </ul>	Ordinal	3
	Pemilihan waktu pembelian	Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketersediaan Tolak Angin untuk diperoleh kapan saja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat ketersediaan Tolak Angin untuk diperoleh kapan saja</li> </ul>	Ordinal	4

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item Soal
	Jumlah Pembelian	Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jumlah pembelian selama sebulan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat jumlah pembelian selama sebulan</li> </ul>	Ordinal	5

Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data dan Referensi Buku

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2007:129): "Pengumpulan data dilakukan berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara". Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain atau lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Sedang data primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung yang dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menggunakan alat pengumpulan data tertentu yang dibuat secara khusus untuk itu.

Sumber data primer yang didapatkan yang terlibat langsung dengan objek penelitian. Dalam hal ini adalah konsumen Tolak Angin Sido Muncul di Kelurahan Cijawura Kota Bandung dan sumber data sekunder yang di dapat yang tidak langsung berhubungan dengan objek penelitian, tetapi sifatnya membantu dan memberikan informasi bagi penelitian. Data sekunder yang mendukung penelitian ini didapatkan dari jurnal-jurnal, informasi internet, serta *text book* yang berada di perpustakaan dan milik pribadi peneliti. Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2.



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

No	Data	Jenis data	Sumber data
1	Data Tabel pertumbuhan <i>market size</i> beberapa sektor industri	Sekunder	Majalah SWA
2	Pangsa pasar obat masuk angin	Sekunder	Majalah Marketing
2	Indeks kepuasan konsumen	Sekunder	Majalah SWA
3	Peringkat kinerja obat masuk angin	Sekunder	Majalah Marketing
4	Gambaran umum perusahaan	Sekunder	Majalah SWA
5	Tanggapan konsumen terhadap kemasan Tolak Angin Sido Muncul	Primer	Konsumen
6	Tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian pada produk Tolak Angin Sido Muncul	Primer	Konsumen

Sumber : Berdasarkan hasil pengolahan data

### 3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 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 (2007:61):“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh warga yang ada di wilayah Kelurahan Cijawura Kota Bandung yang berusia 16-55 tahun sebanyak 20909 orang dengan didasari pertimbangan pemilihan batas bawah usia tersebut dikarenakan seseorang yang telah mencapai usia 16 tahun dianggap telah dapat bertanggung jawab atas apa yang diperbuatnya. Adapun jumlah penduduk di Kelurahan Cijawura Kota Bandung dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

**TABEL 3.3**  
**JUMLAH PENDUDUK**  
**KELURAHAN CIJAWURA KOTA BANDUNG**

Jumlah RW	Jumlah RT	Jumlah Penduduk
13	81	20909

Sumber : Kantor Kelurahan Cijawura 2008

#### 3.2.4.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2007:73) adalah : "Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi"

Dari populasi yang telah ditentukan di atas, maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar dalam artian sampel tersebut harus representatif atau mewakili dari populasi tersebut. Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Dalam penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga. Maka penelitian diperkenankan



mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian lain yang diteliti.

Untuk menentukan sampel menurut Harun Al-Rasyid (1994-44) adalah :

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

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

$$n_0 = \left[ \frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2 \quad \text{Harun Al-Rasyid (1994-44)}$$

Keterangan :

N= Populasi

n = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit

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

$\delta$  = Bound of error yang bisa ditolerir/dikehendaki sebesar 5

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

$$= 100 - 20 = 80$$

- e.  $S$  = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviator*) diperoleh:

$$S = (0,21) (84) = 17,64$$

Keterangan :

$S = (0,21)$ , berdasarkan pengamatan dari jawaban responden yang berbentuk kurva kiri , artinya jawaban responden kebanyakan ada di skor 4 dan 5.

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai  $n_0$  terlebih dahulu, yaitu :

Diketahui :

$$N = 20909 \text{ orang}$$

$$\alpha = 0,05$$

$$\delta = 5 \%$$

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

$$S = 17,64$$

$$n_0 = \left[ \frac{(1,96)(17,64)}{5} \right]^2$$

$$= \left[ \frac{44,5774}{5} \right]^2$$

$$= [8,91548]^2$$

$$= 89,3317$$

$$n = \frac{89,33174}{1 + \frac{89,33174}{20909}}$$

$$= \frac{89,33174}{1,004}$$

$$= 98,975$$

$$= 100 \text{ orang}$$

Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah lagi dari jumlah matematik, oleh karena itu jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 100 orang.

#### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:133) :”Teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya”.

Dalam menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling, yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel wilayah (*Cluster Sampling*). Menurut Sugiyono (2007;73): “Teknik sampling daerah/wilayah digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas”.

Teknik sampling daerah atau *Cluster Random Sampling (CRS)* sering digunakan melalui dua tahap yaitu tahap pertama menentukan sampel daerah dan tahap berikutnya menentukan orang-orang yang ada pada daerah itu secara sampling.

Teknik ini ditentukan melalui langkah-langkah berikut :

- a. Populasi dibagi ke dalam *Cluster*. *Cluster* terbesar dalam populasi (N) disebut satuan sampling primer (SSP).

- b. Dari N buah SSP dipilih sebanyak n buah SSP melalui *simple random sampling*. Hal ini disebut pemilihan tingkat pertama (*First Stage Collection*). SSP yang berisi satuan sampling yang lebih kecil disebut satuan sampel sekunder (SSS). Pemilihan SSS dilakukan dengan teknik *simple random sampling*. Pemilihan SSS disebut juga pemilihan tingkat ke dua (*Second Stage Sampling*).
- c. Kemudian dipilih kembali dari SSS yang disebut pemilihan tingkat tiga (*three stage sampling*). Penarikan jumlah sampling disesuaikan dengan jumlah populasi yang dihitung melalui *cluster* dengan teknik *simple random sampling*.

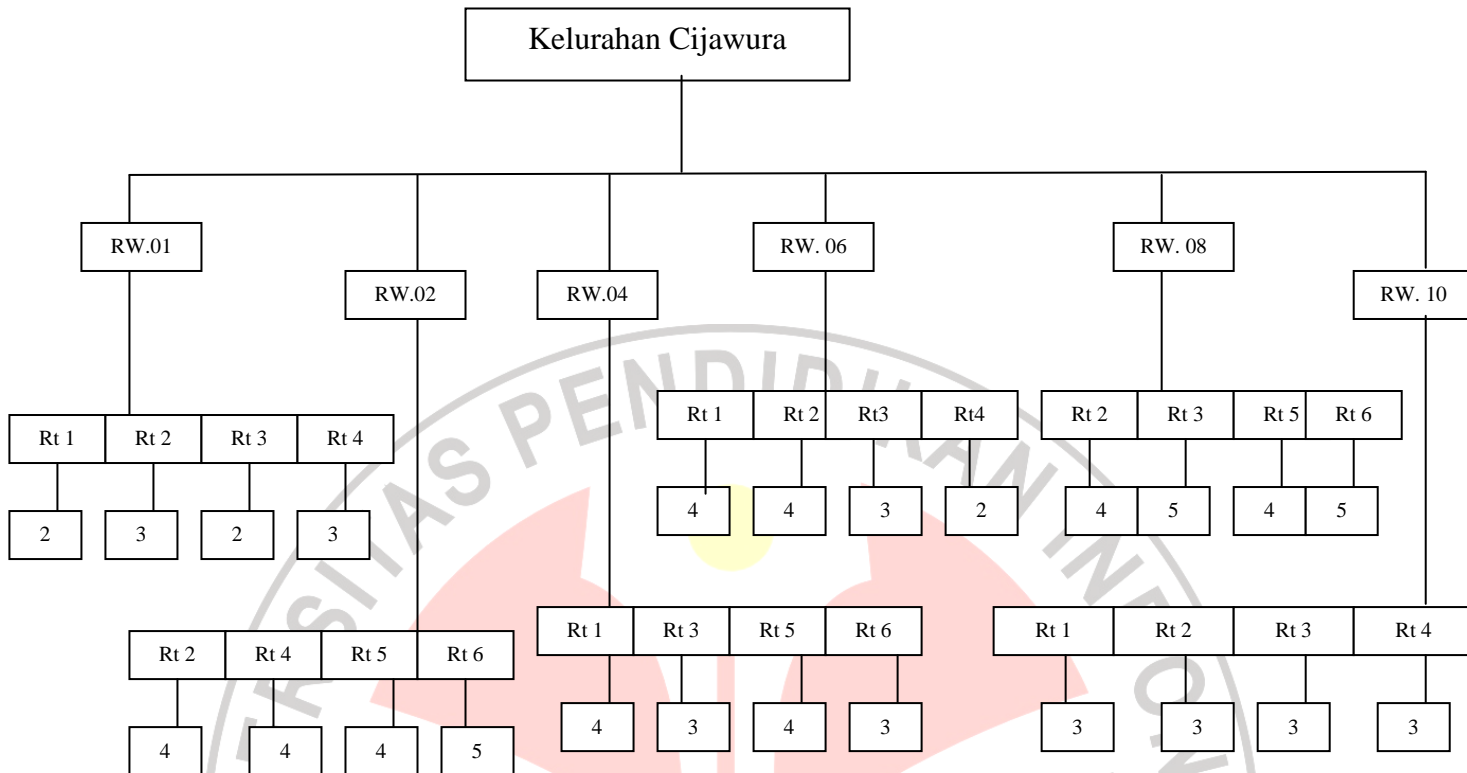
Untuk memperoleh jumlah sampel sebanyak seratus responden dari seratus keluarga, maka peneliti melakukan pembagian jumlah masyarakat yang akan dijadikan responden di setiap RW sesuai dengan jumlah penduduknya. Berikut adalah hasil perhitungannya:

**TABEL 3.4**  
**PENARIKAN SAMPEL PADA SETIAP RW**

RW	JUMLAH PENDUDUK PER RW/JUMLAH PENDUDUK SATU KELURAHAN X JUMLAH SAMPEL YANG DITELITI	SAMPEL
1	1092/10906 X 100	10
2	1719/10906 X 100	17
4	1591/10906 X 100	14
6	1562/10906X 100	13
8	1885/10906 X 100	18
10	1398/10906 X 100	12
13	1659/10906X 100	16
Jumlah	10906	100

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan data

Untuk lebih jelasnya pembagian sampel masyarakat Kelurahan Cijawura, dapat dilihat pada Gambar 3.1 di bawah ini.



**GAMBAR 3.1**  
**LANGKAH-LANGKAH *CLUSTER RANDOM SAMPLING***

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini didapat dengan menggunakan:

1. Studi kepustakaan, yaitu usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan ada kaitannya dengan masalah dan variabel-variabel yang diteliti, terdiri dari kemasan produk dan keputusan pembelian.
2. Kuesioner/angket, yaitu teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran seperangkat kuesioner (daftar pertanyaan) yang telah disusun

sedemikian rupa kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian, yang dibuat secara tertulis sehubungan dengan masalah pengaruh kemasan produk terhadap keputusan pembelian Tolak Angin Sido Muncul yang sedang diteliti pada warga masyarakat di Kelurahan Cijawura Kota Bandung. Dalam penelitian ini kuesioner atau angket berlaku sebagai data primer. Angket yang digunakan dan disebar pada responden merupakan angket tertutup yaitu angket dengan item-item pertanyaan angket yang disusun dengan memberikan alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti, sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan analisis data dari seluruh angket sehingga dapat menghemat waktu.

3. Observasi, yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang sedang diteliti yaitu pada konsumen pengguna obat masuk angin di Kelurahan Cijawura Kota Bandung.

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

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2006:168). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya



validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah di susun benar-benar mengukur apa yang perlu di ukur. Dengan kata lain apakah test tersebut menjalankan ukurannya dengan memberikan hasil yang sesuai dengan maksud test tersebut, sehingga data yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya.

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. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan sesuatu.

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 keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2006 :178).

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar tidaknya data tergantung dari instrumen pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu *Validitas* dan *Reliabilitas*.

### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

Menurut Zikmund (2003:331), validitas adalah: *"The ability of scale to measure what was intended to be measured."* (artinya: kemampuan suatu skala untuk mengukur sesuatu yang diniatkan untuk diukur). Pendapat serupa disampaikan oleh David A. Aaker (2004:762): *"Validity is the ability of a measurement instrument to measure"*. Artinya: validitas adalah kemampuan suatu instrumen pengukur untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pendapat lebih jelas diungkapkan oleh Asep Hermawan (2006:211) *"Validitas data merupakan suatu proses penentuan apakah suatu wawancara dalam survei atau observasi dilakukan dengan benar dan bebas dari bias"*. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa validitas merupakan kemampuan alat ukur untuk mengukur secara benar (bebas dari bias).

Instrumen yang sah memiliki validitas yang tinggi. Untuk memperoleh instrumen yang valid harus diperhatikan langkah-langkah dalam menyusun instrumen, yaitu memecah variabel menjadi sub variabel dan indikator, setelah itu memasukkannya ke dalam butir-butir pertanyaan. Apabila langkah tersebut dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas yang logis. Dikatakan logis karena validitas ini diperoleh dengan suatu usaha hati-hati melalui cara-cara yang benar sehingga menurut logika akan dicapai suatu tingkat validitas yang dikehendaki.

Peneliti juga perlu menguji validitas instrumen yang sudah disusun melalui pengalaman. Dengan mengujinya melalui pengalaman maka akan diketahui tingkat validitas empiris atau validitas berdasarkan pengalaman. 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 Correlation*), yaitu: sebagai berikut:

$$r = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Dimana:

$r_{XY}$  = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

X = Skor untuk pernyataan yang dipilih

Y = Skor total

n = Jumlah responden

Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.5 di bawah ini.

**TABEL 3.5**  
**KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Interpreasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,000 sampai dengan 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat Rendah

Sumber : Suharsimi Arikunto (2003:245)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antar skor-skor tes yang divalidasikan dengan tolak ukur yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikansi tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikunto, 2004:157)

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut :

1. Nilai t dibandingkan dengan harga  $t_{tabel}$  dengan  $d_k = n-2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = n-2$
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka soal tersebut valid
3. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka soal tersebut tidak valid
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 kasus dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan ( $d_k$ )  $n-2$  ( $30-2$ )=28 maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,374.

Pada penelitian ini yang diuji adalah validitas dari instrumen kemasan produk yang terdiri dari ukuran, bentuk, bahan dasar, warna, tulisan, tanda merek.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian

Asep Hermawan (2006:126) mendefinisikan:”Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur”. Berdasarkan

pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Perhitungan uji reliabilitas instrumen menggunakan rumus Alpha, adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

1. Menghitung harga varians tiap butir soal ( $\sigma_b^2$ )

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

2. Menghitung jumlah semua harga varians ( $\sum \sigma_b^2$ )

3. Menghitung varians total ( $\sigma_t^2$ )

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}}{n}$$

4. Menghitung reliabilitas validitas yang diteliti, dengan rumus:

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

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_1$ )  $\geq r_{Tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel
- b. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_1$ )  $< r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berikut ditunjukkan hasil uji reliabilitas variabel kemasan produk dan keputusan pembelian dalam Tabel 3.6

**TABEL 3.6**  
**HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL KEMASAN PRODUK DAN**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Variabel	$R_{Hitung}$	$R_{Tabel}$	Keterangan
Kemasan produk	0,873	0,374	Reliabel
Keputusan pembelian	0,708	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan tahun 2008

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS 12.0 *for window*. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai  $r_{Hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan nilai  $r_{Tabel}$  yang bernilai 0,374. Variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah kemasan produk dengan nilai  $r_{Hitung}$  sebesar 0,873, sedangkan variabel yang memiliki nilai terendah adalah keputusan pembelian dengan nilai sebesar 0,708.

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

#### 3.2.7.1 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 kemasan Produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) Tolak Angin Sido Muncul.

Data mentah yang telah terkumpul dari hasil kuesioner/survei lapangan harus diolah agar memperoleh makna yang berguna bagi pemecahan masalah. Adapun data yang diperoleh diolah dengan kriteria sebagai berikut:

1. Setiap variabel yang dinilai oleh masyarakat desa margajaya, diklasifikasikan ke dalam lima alternatif jawaban (*Likert's Summated*), dimana setiap *option* terdiri dari lima kriteria sebagai berikut:



**TABEL 3.6**  
**SKOR ALTERNATIF JAWABAN PERTANYAAN**

Alternatif Jawaban	Sangat Tinggi	Tinggi	Cukup Tinggi	Kurang Tinggi	Tidak Tinggi
Signifikan	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

Sumber: Modifikasi dari asep Hermawan (2006:132)

2. Pembobotan setiap jawaban menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban.
3. Setiap peringkat jawaban mencerminkan penilaian masyarakat di Kelurahan Cijawura terhadap pelaksanaan dimensi kemasan produk yang meliputi ukuran, bentuk, bahan dasar, warna, tulisan, tanda merek yang dilakukan oleh P.T Sido Muncul.
4. Total skor = total variabel x skor jawaban  

$$\text{Score Variable} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Are Below Upper Limit}) - (\text{Are Below Lower Limit})}$$
5. Tingkat kepentingan yang berkaitan dengan preferensi dan tuntutan masyarakat akan pelaksanaan dimensi kemasan produk yang meliputi ukuran, bentuk, bahan dasar, warna, tulisan, tanda merek, diambil berdasarkan frekuensi jawaban responden.

Keperluan analisis yang lebih khusus dalam menunjang pengujian hipotesis penelitian ditempuh melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu: persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian.

2. Persiapan, yaitu mengumpulkan dan memeriksa kelengkapan lembar kuesioner serta memeriksa kebenaran cara pengisian
3. Melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai yang sesuai dengan sistem penilaian yang telah ditetapkan, menjumlahkan skor pada setiap item, serta menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian. Nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel bebas dan variabel terikat yang diasumsikan berhubungan linear.
4. Hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kemasan produk yang meliputi ukuran, bentuk, bahan dasar, warna, tulisan, tanda merek dilakukan melalui pengolahan data dengan menganalisis sikap masyarakat di Kelurahan Cijawura terhadap setiap butir kuesioner.

Penelitian ini menggunakan dua jenis pendekatan analisis, yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Dengan menggunakan kombinasi metode deskriptif dan verifikatif, diharapkan dapat diperoleh generalisasi yang lebih komprehensif, sehingga permasalahan yang diteliti menjadi jelas, dan akan lebih memudahkan untuk merumuskan solusi yang tepat.

Pengolahan data yang bersifat kuantitatif dibantu dengan program *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 12,0 dan *software microsoft excel*, yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel, gambar, dan grafik yang dijadikan dasar untuk menganalisis secara kualitatif maupun kuantitatif, sehingga diperoleh deskripsi yang jelas mengenai tanggapan masyarakat di Kelurahan Cijawura terhadap dimensi kemasan produk yang

meliputi ukuran, bentuk, bahan dasar, warna, tulisan, tanda merek yang dilaksanakan oleh PT Sido Muncul serta gambaran mengenai keputusan pembelian di Kelurahan Cijawura Kota Bandung.

### **3.2.7.2 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikansinya (Sugiyono, 2006:144). Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

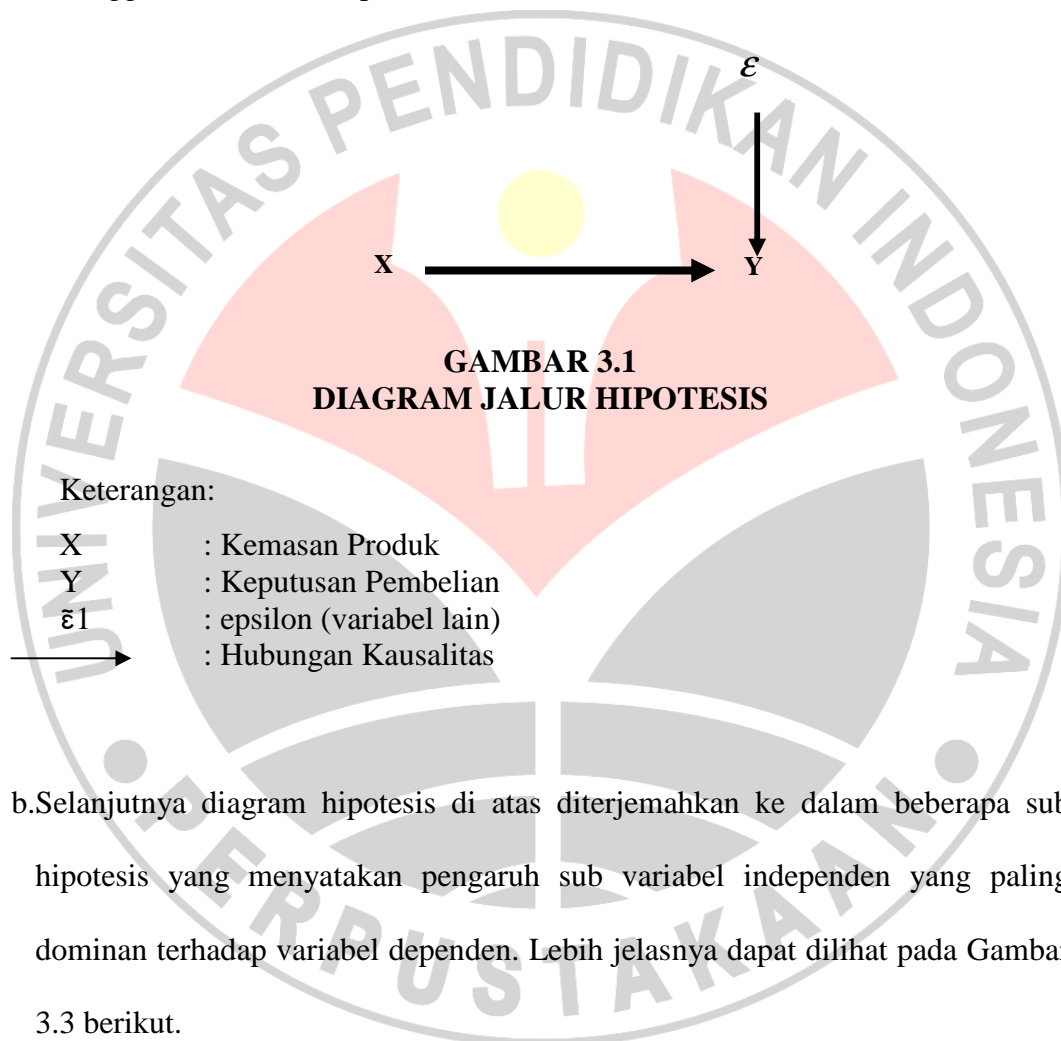
1. Analisis deskriptif tentang kemasan produk Tolak Angin Sido Muncul di Kelurahan Cijawura Kota Bandung.
2. Analisis deskriptif tentang keputusan pembelian Tolak Angin Sido Muncul di Kelurahan Cijawura Kota Bandung.

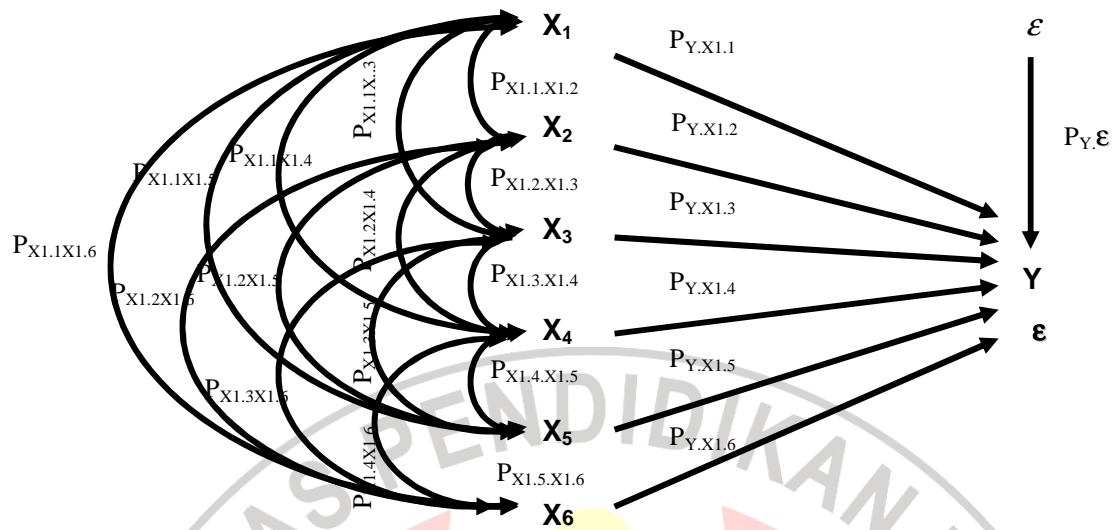
### **3.2.7.3 Analisis Verifikatif menggunakan *Path Analysis***

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan korelatif dalam penelitian ini yaitu teknik analisis jalur (*path analysis*). Analisis ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel bebas

dimensi Kemasan yang terdiri dari ukuran ( $X_{1.1}$ ), bentuk ( $X_{1.2}$ ), bahan dasar ( $X_{1.3}$ ), warna ( $X_{1.4}$ ), tulisan ( $X_{1.5}$ ), dan tanda merek ( $X_{1.6}$ ) terhadap variabel dependent Y yaitu keputusan pembelian pada produk Tolak Angin Sido Muncul. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menggambar struktur hipotesis





**GAMBAR 3.2**  
**DIAGRAM JALUR STRUKTUR HIPOTESIS UTAMA**

1. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{bmatrix} X_{1,1} & X_{1,2} & X_{1,3} & X_{1,4} & X_{1,5} & X_{1,6} \\ 1 & r_{X_{1,2}X_{1,1}} & r_{X_{3,1}X_{1,1}} & r_{X_{4,1}X_{1,1}} & r_{X_{5,1}X_{1,1}} & r_{X_{6,1}X_{1,1}} \\ & 1 & r_{X_{3,1}X_{1,2}} & r_{X_{4,1}X_{1,2}} & r_{X_{5,1}X_{1,2}} & r_{X_{6,1}X_{1,2}} \\ & & 1 & r_{X_{4,1}X_{1,3}} & r_{X_{5,1}X_{1,3}} & r_{X_{6,1}X_{1,3}} \\ & & & 1 & r_{X_{5,1}X_{1,4}} & r_{X_{6,1}X_{1,4}} \\ & & & & 1 & r_{X_{6,1}X_{1,5}} \\ & & & & & 1 \end{bmatrix}$$

2. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_{1^{-1}} = \begin{bmatrix} X_{1,1} & X_{1,2} & X_{1,3} & X_{1,4} & X_{1,5} & X_{1,6} \\ C_{1,1} & C_{1,2} & C_{1,3} & C_{1,4} & C_{1,5} & C_{1,6} \\ & C_{2,2} & C_{2,3} & C_{2,4} & C_{2,5} & C_{2,6} \\ & & C_{3,3} & C_{3,4} & C_{3,5} & C_{3,6} \\ & & & C_{4,4} & C_{4,5} & C_{4,6} \\ & & & & C_{5,5} & C_{5,6} \\ & & & & & C_{6,6} \end{bmatrix}$$

Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{bmatrix}
 PYX_{1,1} \\
 PYX_{1,2} \\
 PYX_{1,3} \\
 PYX_{1,4} \\
 PYX_{1,5} \\
 PYX_{1,6}
 \end{bmatrix}
 =
 \begin{bmatrix}
 C_{1,1} & C_{1,2} & C_{1,3} & C_{1,4} & C_{1,5} & C_{1,6} \\
 & C_{2,2} & C_{2,3} & C_{2,4} & C_{2,5} & C_{2,6} \\
 & & C_{3,3} & C_{3,4} & C_{3,5} & C_{3,6} \\
 & & & C_{4,4} & C_{4,5} & C_{4,6} \\
 & & & & C_{5,5} & C_{5,6} \\
 & & & & & C_{6,6}
 \end{bmatrix}
 \begin{bmatrix}
 rY_{X1,1} \\
 rY_{X1,2} \\
 rY_{X1,3} \\
 rY_{X1,4} \\
 rY_{X1,5} \\
 rY_{X1,6}
 \end{bmatrix}$$

3. Hitung  $R^2Y (X_{1,1}, X_{1,2}, X_{1,3}, X_{1,4}, X_{1,5}, X_{1,6})$  yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total  $X_{1,1}, X_{1,2}, X_{1,3}, X_{1,4}, X_{1,5}, X_{1,6}$  terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X_{1,1}, \dots, X_{1,6}) = \begin{bmatrix} P_{YX_{1,1}} & \dots & P_{YX_{1,6}} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{YX_{1,1}} \\ \dots \\ r_{YX_{1,6}} \end{bmatrix}$$

4. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel  
 Pengaruh X terhadap Y:

a. Pengaruh  $(X_{1,1})$  terhadap (Y)

- Pengaruh langsung =  $PY_{X_{1,1}} \cdot PY_{X_{1,1}}$
- Pengaruh tidak langsung melalui  $(X_{1,2})$  =  $PY_{X_{1,1}} \cdot r_{X_{1,1}, X_{1,2}} \cdot PY_{X_{1,2}}$
- Pengaruh tidak langsung melalui  $(X_{1,3})$  =  $PY_{X_{1,1}} \cdot r_{X_{1,1}, X_{1,3}} \cdot PY_{X_{1,3}}$
- Pengaruh tidak langsung melalui  $(X_{1,4})$  =  $PY_{X_{1,1}} \cdot r_{X_{1,1}, X_{1,4}} \cdot PY_{X_{1,4}}$
- Pengaruh tidak langsung melalui  $(X_{1,5})$  =  $PY_{X_{1,1}} \cdot r_{X_{1,1}, X_{1,5}} \cdot PY_{X_{1,5}}$
- Pengaruh tidak langsung melalui  $(X_{1,6})$  =  $PY_{X_{1,1}} \cdot r_{X_{1,1}, X_{1,6}} \cdot PY_{X_{1,6}}$

Pengaruh total  $(X_{1,1})$  terhadap Y = .....



b. Pengaruh ( $X_{1,2}$ ) terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = PY_{X_{1,2}} \cdot PY_{X_{1,2}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,1}) = PY_{X_{1,2}} \cdot r_{X_{1,1}} \cdot PY_{X_{1,1}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,3}) = PY_{X_{1,2}} \cdot r_{X_{1,3}} \cdot PY_{X_{1,3}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,4}) = PY_{X_{1,2}} \cdot r_{X_{1,4}} \cdot PY_{X_{1,4}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,5}) = PY_{X_{1,2}} \cdot r_{X_{1,5}} \cdot PY_{X_{1,5}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,6}) = PY_{X_{1,2}} \cdot r_{X_{1,6}} \cdot PY_{X_{1,6}}$$

$$\text{Pengaruh total } (X_{1,2}) \text{ terhadap Y} = \text{.....} +$$

c. Pengaruh ( $X_{1,3}$ ) terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = PY_{X_{1,3}} \cdot PY_{X_{1,3}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,1}) = PY_{X_{1,3}} \cdot r_{X_{1,1}} \cdot PY_{X_{1,1}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,2}) = PY_{X_{1,3}} \cdot r_{X_{1,2}} \cdot PY_{X_{1,2}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,4}) = PY_{X_{1,3}} \cdot r_{X_{1,4}} \cdot PY_{X_{1,4}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,5}) = PY_{X_{1,3}} \cdot r_{X_{1,5}} \cdot PY_{X_{1,5}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,6}) = PY_{X_{1,3}} \cdot r_{X_{1,6}} \cdot PY_{X_{1,6}}$$

$$\text{Pengaruh total } (X_{1,3}) \text{ terhadap Y} = \text{.....} +$$

d. Pengaruh ( $X_{1,4}$ ) terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = PY_{X_{1,4}} \cdot PY_{X_{1,4}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,1}) = PY_{X_{1,4}} \cdot r_{X_{1,1}} \cdot PY_{X_{1,1}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,2}) = PY_{X_{1,4}} \cdot r_{X_{1,2}} \cdot PY_{X_{1,2}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,3}) = PY_{X_{1,4}} \cdot r_{X_{1,3}} \cdot PY_{X_{1,3}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,5}) = PY_{X_{1,4}} \cdot r_{X_{1,5}} \cdot PY_{X_{1,5}}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,6}) = PY_{X_{1,4}} \cdot r_{X_{1,6}} \cdot PY_{X_{1,6}}$$

$$\text{Pengaruh total } (X_{1,4}) \text{ terhadap Y} = \text{.....} +$$

e. Pengaruh (X<sub>1,5</sub>) terhadap Y

Pengaruh langsung	=	$PY_{X_{1,5}} \cdot PY_{X_{1,5}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1,1</sub> )	=	$PY_{X_{1,5}} \cdot r_{X_{1,5} X_{1,1}} \cdot PY_{X_{1,1}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1,2</sub> )	=	$PY_{X_{1,5}} \cdot r_{X_{1,5} X_{1,2}} \cdot PY_{X_{1,2}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1,3</sub> )	=	$PY_{X_{1,5}} \cdot r_{X_{1,5} X_{1,3}} \cdot PY_{X_{1,3}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1,4</sub> )	=	$PY_{X_{1,5}} \cdot r_{X_{1,5} X_{1,4}} \cdot PY_{X_{1,4}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1,6</sub> )	=	$PY_{X_{1,5}} \cdot r_{X_{1,5} X_{1,6}} \cdot PY_{X_{1,6}}$
Pengaruh total (X <sub>1,5</sub> ) terhadap Y	=	..... +

f. Pengaruh (X<sub>1,6</sub>) terhadap Y

Pengaruh langsung	=	$PY_{X_{1,6}} \cdot PY_{X_{1,6}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1,1</sub> )	=	$PY_{X_{1,6}} \cdot r_{X_{1,6} X_{1,1}} \cdot PY_{X_{1,1}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1,2</sub> )	=	$PY_{X_{1,6}} \cdot r_{X_{1,6} X_{1,2}} \cdot PY_{X_{1,2}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1,3</sub> )	=	$PY_{X_{1,6}} \cdot r_{X_{1,6} X_{1,3}} \cdot PY_{X_{1,3}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1,4</sub> )	=	$PY_{X_{1,6}} \cdot r_{X_{1,6} X_{1,4}} \cdot PY_{X_{1,4}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1,5</sub> )	=	$PY_{X_{1,6}} \cdot r_{X_{1,6} X_{1,5}} \cdot PY_{X_{1,5}}$
Pengaruh total (X <sub>1,6</sub> ) terhadap Y	=	..... +

5. Menghitung pengaruh variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_{1,1}, X_{1,2}, \dots, X_{1,6})}}$$

6. Keputusan penerimaan atau penolakan Ho

Rumusan Hipotesis operasional:

Ho :  $PY_{X_{1,1}} = PY_{X_{1,2}} = PY_{X_{1,3}} = PY_{X_{1,4}} = PY_{X_{1,5}} = PY_{X_{1,6}} = 0$

Hi : Sekurang-kurangnya ada sebuah  $PY_{Xi} \neq 0$ ,  $i = 1, 2, 3, 4, 5$  dan 6

7. Statistik uji yang digunakan adalah:

$$a. F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YXi} P_{YXi}}{k (1 - \sum_{i=1}^k P_{YXi} P_{YXi})}$$

- b. Hasil  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$c. \quad t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1.1, X1.2, X1.3, X1.4, X1.5, X1.6)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

- d.  $t$  mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan  $n - k - 1$ .

### 3.2.8 Rancangan Uji Hipotesis

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis peneliti akan diuji dengan mendeskripsikan hasil *path analysis*.

#### Uji Signifikan Koefisien Korelasi

Untuk menguji ada atau tidaknya hubungan/pengaruh atau tidak adanya pengaruh antara variabel X dan variabel Y digunakan rumus student ( $t_{student}$ ).

Rumus dari distribusi student adalah :

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

Keterangan :  $t$  = distribusi *student*

$r$  = koefisien korelasi *product moment*

$n$  = banyaknya data

(Sudjana, 2004:62)

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

a.  $H_{0:p} \leq 0$

Artinya tidak terdapat hubungan/pengaruh yang signifikan antara kemasan produk terhadap keputusan pembelian.

b.  $H_{1:p} > 0$

Artinya terdapat hubungan/pengaruh yang signifikan antara kemasan produk terhadap keputusan pembelian.

Kriteria pengambilan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari terlebih dahulu  $t_{hitung}$  nilai dari dan dibandingkan dengan nilai dari  $t_{tabel}$ , dengan taraf kesalahan 5 % atau sebesar 0,05 maka :

1. Rumus 1 :

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

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

2. Rumus 2 :

Jika  $r_s \text{ hitung} > r_s \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Jika  $r_s \text{ hitung} < r_s \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

Selanjutnya untuk mengetahui koefisien korelasi antara variabel  $X_1$ , dan  $Y$  maka digunakan klasifikasi koefisien korelasi sebagai berikut :

**TABEL 3.5**  
**KLASIFIKASI KOEFISIEN KORELASI**

INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT HUBUNGAN
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2005:214)

Kemudian untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh kemasan produk terhadap keputusan pembelian digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada di antara 0-100%. Jika nilai koefisien penentu makin mendekati 100% berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Semakin mendekati 0, berarti semakin lemah pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga dengan demikian dibuat pedoman interpretasi koefisien penentu sebagai berikut :

**TABEL 3.6**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI**  
**KOEFISIEN DETERMINASI**

<b>INTERVAL KOEFISIEN</b>	<b>TINGKAT PENGARUH</b>
0 – 19,99%	Sangat Lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2005:215)

Sedangkan untuk mengkategorikan hasil perhitungan persentase angket digunakan kriteria penafsiran mulai dari 0% - 100%. Menafsirkan hasil pengolahan data berdasarkan batas-batas, menurut Muhammad Ali (1985:184) adalah sebagai berikut:

**TABEL 3.7**  
**KRITERIA PENAFSIRAN PERSENTASE**

<b>INTERVAL KOEFISIEN</b>	<b>TINGKAT PENGARUH</b>
0%	Tidak seorang pun
1%-25%	Sebagian kecil
26%-49%	Hampir setengahnya
50%	Setengahnya
51%-74%	Sebagian besar
75%-99%	Hampir seluruhnya
100%	Seluruhnya

Sumber: Muhammad Ali(1985:184)