

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti pengaruh variasi tampilan dan rasa terhadap keputusan pembelian konsumen pada biskuit Oreo. Adapun yang menjadi variabel eksogen adalah variasi tampilan (X_1) dan variasi rasa (X_2). Sedangkan yang menjadi variabel endogen (Y) yaitu keputusan pembelian.

Responden dalam penelitian ini yaitu siswa pembeli biskuit Oreo di SMK Kota Cimahi. Penentuan responden ini didasarkan pada kondisi siswa SMK yang sesuai dengan target pasar biskuit Oreo, yaitu anak-anak dan usia remaja yang dianggap mampu memberikan jawaban yang secara rasional.

Berdasarkan objek penelitian di atas, maka akan dilakukan penelitian tentang pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Sugiyono (2008:2) berpandangan bahwa, “Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Penelitian dilakukan atas dasar pada ciri-ciri keilmuan sehingga diharapkan hasil penelitian yang diperoleh dapat digunakan untuk kepentingan selanjutnya.

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif (*descriptive research*) dan verifikatif (*verificative research*). Menurut Sugiyono (2008:53), "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain".

Penelitian deskriptif ini mempunyai tujuan untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai variasi tampilan dan rasa dalam meningkatkan keputusan pembelian yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian.

Adapun jenis penelitian verifikatif menurut Suharsimi Arikunto (2006:8), "Pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan". Jadi penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variasi tampilan dan rasa terhadap keputusan pembelian yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian.

Berdasarkan jenis penelitian di atas, yaitu penelitian deskriptif (*descriptive research*) dan verifikatif (*analytical research*) yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *descriptive survey* dan metode *explanatory survey*. Sugiyono (2009:11) mengemukakan pendapat tentang metode survey sebagai berikut :

Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya.

Berdasarkan waktu penelitian, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross sectional method*. Husein Umar mengemukakan pengertian *cross sectional method* (2001:45) yaitu, "Metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang)". Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, yaitu dalam rentang waktu bulan Agustus hingga bulan Juni 2011.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Sejalan dengan penjelasan yang telah dikemukakan di dalam objek penelitian, variabel yang akan diteliti terdiri dari dua variabel, yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Adapun yang menjadi variabel eksogen adalah variasi tampilan (X_1) dan variasi rasa (X_2). Sedangkan yang menjadi variabel endogen yaitu keputusan pembelian konsumen yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian

Asep Hermawan (2006:118) berpendapat bahwa, "Operasionalisasi variabel adalah bagaimana caranya kita mengukur suatu variabel". Dalam hal ini, operasionalisasi variabel menjabarkan variabel ke dalam konsep variabel, indikator, ukuran dan skala sehingga memungkinkan bagi suatu variabel untuk diukur.

Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang akan diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Konsep empiris		
		Indikator	Ukuran	Skala
Variasi Tampilan (X₁)	<p><i>Appearance is the visual properties of a product.</i> Tampilan adalah segala sesuatu yang tampak atau dapat dilihat dari suatu produk. Lawless dan Heymann (2000:62)</p> <p><i>The appearance of food is important in making it attractive to consumer. Factor such as size, shape, and colour are describe as part of the product appearance.</i> Tampilan produk makanan merupakan hal yang penting dalam menarik perhatian konsumen. Faktor-faktor seperti ukuran, bentuk dan warna merupakan bagian dari tampilan produk. Eleanor Hallam (2009:3)</p>			
		Ukuran	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik ukuran biskuit Oreo 	Interval
		Bentuk	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik tampilan bentuk krim biskuit Oreo • Daya tarik tampilan desain <i>crakcker</i> biskuit Oreo • Daya tarik bentuk bulat biskuit Oreo 	Interval Interval Interval
		Warna	<ul style="list-style-type: none"> • Keragaman warna tampilan krim biskuit Oreo • Kepekatan warna <i>cracker</i> biskuit Oreo • Kepekatan warna krim biskuit Oreo 	

Lanjutan Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Konsep Empiris		
		Indikator	Ukuran	Skala
Variasi Rasa (X₂)	<p><i>Flavor is the impression perceived via the chemical senses from the product in the mouth”.</i></p> <p><i>Flavor includes the aromatics released from the food product once in the mouth, the taste sensation (sweet, sour, salty, bitter and savory) released from the soluble substance in the mouth plus the chemical feel factors in the mouth.</i></p> <p>Rasa adalah kesan yang dirasakan dari suatu produk di dalam mulut. Rasa merupakan aroma yang dilepaskan dari produk di dalam mulut, sensasi rasa (manis, asam, asin, pahit dan lezat) dilepaskan dari substansi atau bahan produk yang larut dalam mulut ditambah faktor kimia yang ada di dalam mulut.</p> <p>Stephanie Clark <i>et al.</i> (2009:19)</p>			
		Manis	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepekatan rasa manis krim biskuit Oreo • Tingkat variasi rasa biskuit Oreo 	Interval
		Lezat	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kelezatan krim biskuit Oreo 	Interval
Keputusan pembelian (Y)	<p>Perilaku pembelian konsumen adalah perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga, yang membeli barang-barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.</p> <p>Kotler dan Amstrong (2007:129)</p> <p>Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan pembelian; merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran.</p> <p>Kotler & Keller (2009:188)</p>			

Lanjutan Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Konsep Empiris		
		Indikator	Ukuran	Skala
		Pilihan Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian produk dengan keinginan • Daya tarik biskuit Oreo • Daya tarik jumlah isi biskuit Oreo dalam setiap kemasan 	Interval Interval Interval
		Pilihan Merek	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketertarikan terhadap merek biskuit Oreo • Tingkat kepercayaan terhadap merek biskuit Oreo 	Interval Interval
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kebiasaan membeli terhadap merek biskuit Oreo 	Interval
		Pilihan penyalur	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan mendapatkan biskuit Oreo di berbagai tempat penjualan (warung/kios, toko, supermarket) 	Interval
		Waktu Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketepatan pembelian dengan keinginan • Tingkat ketepatan pembelian dengan promosi, bonus, dll. 	Interval Interval
		Jumlah Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat (jumlah/ banyaknya) pembelian biskuit Oreo 	Interval

Sumber : Pengolahan Data 2010

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Berdasarkan jenis dan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Husein Umar (2008:42) yang dimaksud dengan data primer dan data sekunder adalah:

1. 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, dengan kata lain data primer diperoleh secara langsung.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain atau data yang sudah tersedia sebelumnya yang diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, artikel dan jurnal ilmiah.

Tabel 3.2 di bawah ini menyajikan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
1.	Pertumbuhan industri makanan dan minuman	Sekunder	BPS (Badan Pusat Statistik)
2.	Pertumbuhan industri makanan dan minuman	Sekunder	SWA 04/XXV/19 Februari-Maret 2009 www.jawapos.com
3.	Pertumbuhan pangsa pasar biskuit	Sekunder	SWA 04/XXV/19 Februari-Maret 2009
4.	Nama perusahaan dan merek besar biskuit	Sekunder	Marketing No. 01 edisi khusus Top Brand/2008
5.	<i>Top brand index</i> biskuit Oreo	Sekunder	Marketing 02/X/Februari2010
6.	<i>Last usage</i> merek biskuit Oreo	Sekunder	www.topbrand-award.com
7.	<i>Market share</i> biskuit Oreo	Sekunder	Marketing No. 01 edisi khusus Top Brand/2008 SWA19/XXV/3-13 September 2009 dan berbagai sumber

Lanjutan Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data

No.	DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
8.	Strategi biskuit Oreo	Sekunder	www.berita.co.id dan berbagai sumber
9.	Laju pertumbuhan perekonomian Kota Cimahi	Sekunder	www.cimahikota.go.id
10.	SMK Kota Cimahi	Sekunder	www.datapokok.ditpsmk.net
11.	Jumlah Populasi Siswa Pembeli biskuit Oreo di SMK Kota Cimahi	Primer	Pra penelitian
12.	Tanggapan siswa pembeli biskuit Oreo di SMK Kota Cimahi	Primer	Siswa pembeli biskuit Oreo di SMK Kota Cimahi
13.	Tingkat keputusan pembelian siswa SMK Kota Cimahi terhadap biskuit Oreo	Primer	Siswa pembeli biskuit Oreo di SMK Kota Cimahi
14.	Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada biskuit Oreo	Primer	Siswa pembeli biskuit Oreo di SMK Kota Cimahi

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2010

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:130), “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Sedangkan Sugiyono (2008:115) mengemukakan bahwa, “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro (2009:37) berpendapat bahwa, “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi tidak hanya terbatas pada orang saja, tetapi juga objek dan benda-benda lain. Selain itu, populasi juga tidak hanya sekedar jumlah yang ada pada

objek atau subjek yang dipelajari, tetapi juga meliputi keseluruhan karakteristik yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut.

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 sebuah penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa pembeli biskuit Oreo di SMK Kota Cimahi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

TABEL 3.3
JUMLAH PEMBELI BISKUIT OREO
DI SMK KOTA CIMAH

No.	Nama Sekolah	Jumlah
1.	SMK Negeri 1 Cimahi	147
2.	SMK Wiraswasta Cimahi	71
3.	SMK Pasundan 3 Cimahi	97
4.	SMK Pusdikhubad Cimahi	53
5.	SMK Karya Bhakti Pusdikpal Cimahi	68
6.	SMK Pasundan Putra Cimahi	60
7.	SMK Mohamad Toha Cimahi	67
8.	SMK PGRI 3 Cimahi	91
9.	SMK Teknologi Industri Pembangunan Cimahi	48
10.	SMK Pasundan 2 Cimahi	97
11.	SMK Negeri 2 Cimahi	123
12.	SMK Tut Wuri Handayani Cimahi	63
13.	SMK Negeri 3 Cimahi	136
14.	SMK PGRI 2 Cimahi	108
15.	SMK Sangkuriang 2 Cimahi	66
16.	SMK PGRI 1 Cimahi	87
17.	SMK Taruna Mandiri Cimahi	91
18.	SMK Pasundan Cimahi	103
19.	SMK Sangkuriang 1 Cimahi	98
20.	SMK Kesehatan Bhakti Kencana	48
21.	SMK TI Garuda Nusantara Cimahi	52
Total		1.774

Sumber : Pra penelitian 2011

Berdasarkan Tabel 3.3 di atas, maka yang menjadi populasi sasaran pada penelitian ini adalah siswa pembeli biskuit Oreo di SMK Kota Cimahi berukuran 1.774.

3.2.4.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2008:116) yaitu, "Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi". Sedangkan Suharsimi Arikunto (2009:131) berpendapat bahwa, "Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti".

Populasi dalam penelitian ini tidak mungkin dapat penulis teliti. Hal ini disebabkan beberapa faktor, yaitu :

1. Keterbatasan biaya
2. Keterbatasan tenaga
3. Keterbatasan waktu yang tersedia.

Berdasarkan pertimbangan di atas, maka peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti. Sugiyono (2008:73) berpendapat bahwa:

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 representatif.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, digunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2008:141) dengan asumsi harus berdistribusi normal dan

homogen serta populasi sudah diketahui (Riduwan & Engkos Achmad Kuncoro, 2008:44).

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir
(e = 0,1).

Dalam mendapatkan populasi (N), maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan rata-rata. Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1.774}{1 + 1.774(0,1^2)}$$

$$n = \frac{1.774}{18,74}$$

$$n = 94,66 \approx 95$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka sampel minimalnya sebesar 95 sampel. Namun, untuk meningkatkan keakuratan maka jumlah sampel yang diteliti ditambah sehingga berjumlah 100 sampel.

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*).

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”.

Teknik sampling yang akan digunakan oleh peneliti adalah *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2008:118), “Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Adapun langkah-langkah dalam menentukan sampel dengan menggunakan teknik *simple random sampling* sebagai berikut :

1. Menentukan populasi dengan menginventarisasi pembeli biskuit Oreo di SMK Kota Cimahi. Dalam penelitian ini, populasi berjumlah 1.774 dari 21 Sekolah Menengah Kejuruan di Kota Cimahi.
2. Menentukan ukuran sampel dari besarnya populasi, yaitu sebesar 95 orang (hasil perhitungan menggunakan rumus slovin) yang kemudian ditambah menjadi 100 orang untuk meningkatkan keakuratan.
3. Menentukan sampel dari masing-masing sekolah.

Adapun jumlah sampel dari setiap sekolah dapat dilihat pada Tabel 3.4 di bawah ini.

TABEL 3.4
PENARIKAN SAMPEL PADA SETIAP SEKOLAH

No.	Nama Sekolah	N	n	Jumlah Sampel
1.	SMK Negeri 1 Cimahi	147	$147/1.774 \times 100 = 8,28$	8
2.	SMK Wiraswasta Cimahi	71	$71/1.774 \times 100 = 4,00$	4
3.	SMK Pasundan 3 Cimahi	97	$97/1.774 \times 100 = 5,46$	5
4.	SMK Pusdikhubad Cimahi	53	$53/1.774 \times 100 = 2,98$	3
5.	SMK Karya Bhakti Pusdikpal Cimahi	68	$68/1.774 \times 100 = 3,83$	4
6.	SMK Pasundan Putra Cimahi	60	$60/1.774 \times 100 = 3,38$	3
7.	SMK Mohamad Toha Cimahi	67	$67/1.774 \times 100 = 3,77$	4
8.	SMK PGRI 3 Cimahi	91	$91/1.774 \times 100 = 5,12$	5
9.	SMK Teknologi Industri Pembangunan Cimahi	48	$48/1.774 \times 100 = 2,70$	3
10.	SMK Pasundan 2 Cimahi	97	$97/1.774 \times 100 = 5,46$	5
11.	SMK Negeri 2 Cimahi	123	$123/1.774 \times 100 = 6,93$	7
12.	SMK Tut Wuri Handayani Cimahi	63	$63/1.774 \times 100 = 3,55$	4
13.	SMK Negeri 3 Cimahi	136	$136/1.774 \times 100 = 7,66$	8
14.	SMK PGRI 2 Cimahi	108	$108/1.774 \times 100 = 6,08$	6
15.	SMK Sangkuriang 2 Cimahi	66	$66/1.774 \times 100 = 3,72$	4
16.	SMK PGRI 1 Cimahi	87	$87/1.774 \times 100 = 4,90$	5
17.	SMK Taruna Mandiri Cimahi	91	$91/1.774 \times 100 = 5,13$	5
18.	SMK Pasundan Cimahi	103	$103/1.774 \times 100 = 5,80$	6
19.	SMK Sangkuriang 1 Cimahi	98	$98/1.774 \times 100 = 5,52$	6
20.	SMK Kesehatan Bhakti Kencana	48	$48/1.774 \times 100 = 2,70$	3
21.	SMK TI Garuda Nusantara Cimahi	52	$52/1.774 \times 100 = 2,93$	3
Total		1.774		100

Sumber : Pra Penelitian 2011

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai teknik komunikasi langsung tatap muka.

2. Observasi

Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti yaitu di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Kota Cimahi.

3. Kuesioner

Sugiyono (2008:199) menyatakan bahwa, “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Kuesioner dalam penelitian ini berisi pertanyaan mengenai identitas responden dan pernyataan yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu variasi tampilan dan rasa serta keputusan pembelian. Kuesioner ditujukan kepada siswa pembeli SMK di Kota Cimahi.

4. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yaitu variasi tampilan dan rasa serta keputusan pembelian. Studi literatur tersebut diperoleh dari berbagai sumber, yaitu: 1) perpustakaan, 2) skripsi, tesis, disertasi, 3) jurnal manajemen 4) media cetak (majalah dan koran), 5) media elektronik (internet), 6) artikel dan lain sebagainya.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan paling tinggi dalam penelitian 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 reliabel.

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel (Sugiyono, 2010:173).

Penelitian ini menggunakan data interval yaitu data yang menunjukkan jarak antara satu data dengan data yang lain dan mempunyai bobot yang sama (Riduwan & Engkos Achmad Kuncoro, 2008:18).

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *semantic differential*. Skala pengukuran ini dikembangkan oleh Osgood dan digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun *checklist*, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban “sangat positif” terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang “sangat negatif” terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya (Sugiyono, 2008 : 138).

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 18.0.

Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 18.0 *for windows* sebagai berikut:

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

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas merupakan instrumen yang dapat mengukur kebenaran sesuatu yang diperlukan. Riduwan & Engkos Achmad Kuncoro berpendapat bahwa, “Uji validitas dilakukan berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Suharsimi Arikunto (2006:168) mengemukakan pengertian validitas sebagai berikut :

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Instumen yang valid berpengaruh terhadap hasil penelitian. Hasil penelitian yang valid menurut Sugiyono (2008 : 172), yaitu:

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Adapun untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari nilai korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah setiap skor butir. Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus korelasi *Pearson product moment* seperti di bawah ini.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(Riduwan dan Sunarto, 2009:80)

Keterangan

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

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

TABEL 3.5
INTERPRETASI NILAI r

Besarnya Nilai r	Interpretasi
Antara 0,800 – 1,000	Sangat tinggi
Antara 0,600 – 0,799	Tinggi
Antara 0,400 – 0,599	Cukup tinggi
Antara 0,200 – 0,399	Rendah
Antara 0,000 – 0,199	Sangat rendah

Sumber: Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro (2009:217)

Selanjutnya perlu diuji apakah validnya instrumen yang ditemukan dengan sampel 30 itu berlaku untuk seluruh populasi yang berjumlah 100 orang, maka perlu dihitung dengan uji-t dengan rumus sebagai berikut :

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

(Riduwan dan Sunarto, 2010:81)

Keterangan :

t_{hitung} = Nilai t hitung

r = Koefisien korelasi

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi

n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas menggunakan kriteria sebagai berikut:

- Nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan $dk = n-2$.
- Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan valid.

- c) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan ketentuan pengujian validitas di atas, dapat diketahui bahwa dari 7 pernyataan tentang variasi tampilan dinyatakan valid, 3 pernyataan tentang variasi rasa dinyatakan valid semua. Begitupula pernyataan tentang keputusan pembelian konsumen dengan jumlah pernyataan sebanyak 12, semuanya valid. Untuk lebih jelasnya, berikut disajikan pada Tabel 3.6 di bawah ini.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
Variasi Tampilan				
Ukuran				
1.	Daya tarik ukuran biskuit Oreo	0,433	0,374	Valid
Bentuk				
2.	Daya tarik tampilan bentuk krim biskuit Oreo	0,457	0,374	Valid
3.	Daya tarik tampilan desain/ukiran pada <i>cracker</i> biskuit Oreo	0,501	0,374	Valid
4.	Daya tarik bentuk bulat biskuit Oreo	0,476	0,374	Valid
Warna				
5.	Keragaman dari warna tampilan krim biskuit Oreo	0,466	0,374	Valid
6.	Kepekatan warna <i>cracker</i> biskuit Oreo	0,524	0,374	Valid
7.	Kepekatan warna krim biskuit Oreo	0,462	0,374	Valid
Variasi Rasa				
8.	Kepekatan rasa manis krim biskuit Oreo	0,723	0,374	Valid
9.	Kelezatan krim biskuit oreo	0,785	0,374	Valid
10.	Keragaman rasa biskuit Oreo	0,635	0,374	Valid
Keputusan Pembelian				
Pilihan Produk				
11.	Daya tarik biskuit Oreo	0,592	0,374	Valid
12.	Daya tarik jumlah/isi biskuit Oreo dalam setiap kemasan	0,760	0,548	Valid
13.	Kesesuaian biskuit Oreo dengan keinginan	0,522	0,374	Valid

Lanjutan Tabel 3.6 Hasil Pengujian Validitas

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
Pilihan Merek				
14.	Ketertarikan terhadap merek biskuit Oreo	0,473	0,374	Valid
15.	Kepercayaan terhadap merek biskuit Oreo	0,607	0,374	Valid
16.	Kebiasaan membeli terhadap biskuit Oreo	0,719	0,374	Valid
Pilihan Penyalur				
17.	Kemudahan mendapatkan biskuit Oreo di warung/kios	0,563	0,374	Valid
18.	Kemudahan mendapatkan biskuit Oreo di took	0,493	0,374	Valid
19.	Kemudahan mendapatkan biskuit Oreo di supermarket	0,476	0,374	Valid
Waktu Pembelian				
20.	Ketepatan pembelian dengan keinginan	0,405	0,374	Valid
21.	Tingkat ketepatan pembelian dengan promosi dll.	0,404	0,374	Valid
Jumlah Pembelian				
22.	Jumlah/banyaknya pembelian biskuit Oreo	0,405	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011 (Menggunakan SPSS 18.0 For Windows)

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2010:173), “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Suharsimi Arikunto (2006:178) mengemukakan pernyataan tentang reliabilitas sebagai berikut :

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu.

Apabila suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan *cronbach alpha*. Rumus *cronbach alpha* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

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

(Suharsimi Arikunto, 2006:196)

Keterangan

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

Jumlah varians butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians t butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini.

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{[\sum X]^2}{N}}{N}$$

(Suharsimi Arikunto, 2006:184)

Keterangan

- N = Jumlah sampel
 σ^2 = Nilai varians
 X = Nilai skor yang dipilih

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $\geq r_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$) maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $< r_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$) maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$; $30-2 = 28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada Tabel 3.7 hasil pengujian reliabilitas di bawah ini.

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Variasi Tampilan	0,753	0,374	Reliabel
2.	Variasi Rasa	0,839	0,374	
3.	Keputusan Pembelian	0,855	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011 (Menggunakan SPSS 18 For Windows)

Berdasarkan Tabel 3.7 di atas, dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan reliabel, karena setiap pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari pada r_{tabel} .

3.2.7 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.2.7.1 Teknik Analisis Data

Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Terdapat dua macam statistik yang digunakan dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Sedangkan statistik inferensial atau sering disebut juga statistik induktif atau statistik probabilitas adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2008:206-207).

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden.

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul

3. 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
4. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

3.2.7.2 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2010:209).

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Analisis deskriptif tanggapan responden siswa pembeli biskuit Oreo tentang variasi tampilan.
2. Analisis deskriptif tanggapan responden siswa pembeli biskuit Oreo tentang variasi rasa.
3. Analisis deskriptif tanggapan responden siswa pembeli biskuit Oreo tentang keputusan pembelian.
4. Analisis deskriptif tanggapan responden siswa pembeli biskuit Oreo tentang pengaruh variasi tampilan dan rasa terhadap tingkat keputusan pembelian.

Analisis deskriptif pada penelitian ini menggunakan persentase. Kriteria penafsiran skor responden dapat dilihat pada Tabel 3.8 di bawah ini.

TABEL 3.8
KRITERIA INTERPRETASI SKOR

Kriteria Penafsiran	Keterangan
0%-20%	Sangat Lemah
21%-40%	Lemah
41%-60%	Cukup
61%-80%	Kuat
81%-100%	Sangat Kuat

Sumber: Riduwan & Engkos Achmad Kuncoro (2008:22)

3.2.7.3 Rancangan Analisis Verifikatif

Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan korelasi dalam penelitian ini yaitu teknik analisis jalur (*path analysis*). Analisis ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel variasi tampilan (X_1) dimensi variasi tampilan yang meliputi ukuran, bentuk dan warna ($X_{1.1}$, $X_{1.2}$ dan $X_{1.3}$) dan pengaruh variabel Variasi rasa (X_2) yang meliputi dimensi manis dan kelezatan ($X_{2.1}$ dan $X_{2.2}$) terhadap variabel endogen (Y) yaitu keputusan pembelian.

Setiap pernyataan dari kuesioner terdiri dari lima kategori seperti yang disajikan pada Tabel 3.9 berikut.

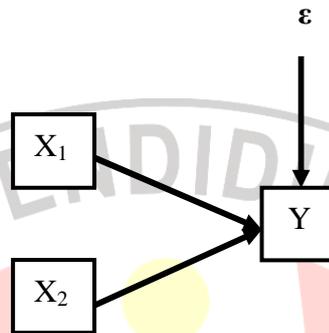
TABEL 3.9
SKOR ITEM PERTANYAAN

Pertanyaan	Skor
Sangat tinggi/ sangat menarik/ sangat sesuai/ sangat beragam/ sangat pekat/ sangat tertarik / sangat lezat/ sangat renyah/ sangat banyak/ sangat mudah	5
tinggi/ menarik/ sesuai/ beragam/ pekat/ tertarik/ lezat/ renyah/ banyak/ mudah	4
cukup tinggi/cukup menarik/ cukup sesuai/ cukup beragam/ cukup pekat/ cukup tertarik/ cukup lezat/ cukup renyah/ cukup banyak/ cukup mudah	3
Tidak menarik/ tidak sesuai/ tidak beragam/ tidakpekat/ tidak tertarik / tidak lezat/ tidak renyah/ sedikit/ sulit	2
Sangat rendah/ sangat tidak menarik/ sangat tidak sesuai/ sangat tidak beragam/ sangat tidak pekat/ sangat tidak tertarik / sangat tidak lezat/ sangat tidak renyah/ sangat sedikit/ sangat sulit	1

Sumber: Modifikasi dari Sugiyono (2008:133)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan *path analysis* dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggambarkan struktur hipotesis



GAMBAR 3.1
STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL ANTARA X_1 , X_2 dan Y

Keterangan

X_1 = Variasi Tampilan

X_2 = Variasi rasa

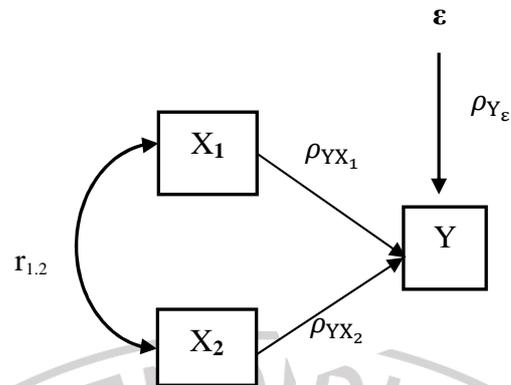
Y = Keputusan pembelian

ϵ = Epsilon (variabel lain yang mempengaruhi)

→ = Hubungan

Gambar 3.1 di atas menggambarkan struktur hubungan antara variabel eksogen X_2 dengan variabel Y , dimana dimensi variasi rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu, terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara variabel X_2 dan variabel Y yang dilambangkan dengan ϵ (epsilon).

2. Menggambar diagram jalur lengkap yang menggambarkan pengaruh variabel eksogen yang paling berpengaruh terhadap variabel endogen.



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR STRUKTUR HIPOTESIS

Keterangan:

X_1 = Variabel variasi tampilan

X_2 = Variabel variasi rasa

Y = Variabel keputusan pembelian konsumen

\rightarrow = Hubungan antar variabel

\leftrightarrow = Hubungan Korelasional

ϵ = Residu (variabel lain di luar variabel X yang berpengaruh) ke variabel akibat (*endogenous*) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variabel *eksogenous*.

3. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 \\ 1 & r_{X_2X_1} \\ & 1 \end{bmatrix}$$

4. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_{1-1} \begin{bmatrix} X_1 & X_2 \\ C_1 & C_2 \\ & C_2 \end{bmatrix}$$

5. Menghitung semua Koefisien Jalur melalui rumus

$$\begin{matrix} \rho_{YX_1} \\ \rho_{YX_2} \end{matrix} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 \\ C_1 & C_2 \\ & C_2 \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \end{bmatrix}$$

6. Hitung R²Y (X₁, X₂) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X₁, X₂ terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2 Y (X_1, X_2) = (\rho_{YX_1}, \rho_{YX_2}) \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \end{bmatrix}$$

7. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung pada setiap variabel

Pengaruh (X₁) terhadap Y

Pengaruh langsung = $\rho_{YX_1} \cdot \rho_{YX_1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₂) = $\rho_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_2} \cdot \rho_{YX_2}$

Pengaruh total (X₁) terhadap Y = _____ +
.....

Pengaruh (X₂) terhadap Y

Pengaruh langsung = $\rho_{YX_2} \cdot \rho_{YX_2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₁) = $\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_1} \cdot \rho_{YX_1}$

Pengaruh total (X₂) terhadap Y = _____ +
.....

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

$$\rho_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2 Y(X_1, X_2)}$$

9. Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0 : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = 0$$

H_a : Sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{YX_i} \neq 0$, $i = 1$ dan 2 .

10. Statistik uji yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k \rho_{YX_i} r_{YX_i}}{k \left(1 - \sum_{i=1}^k \rho_{YX_i} r_{YX_i} \right)}$$

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

$$t = \frac{\rho_{YX_i} - \rho_{YX_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2(X_{1.1}, X_{1.2})) (C_{ii} + C_{jj} + 2 C_{ij})}{(n - k - 1)}}$$

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

Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

3.2.7.4 Rancangan Uji Hipotesis

Besarnya sumbangan sebuah variabel eksogen terhadap variasi (naik/turunnya) variabel endogen dapat diketahui dengan menggunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus berikut :

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

(Sugiyono, 2004: 210)

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Selanjutnya untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu. Nilai koefisien penentu berada di antara 0-100%. Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Semakin mendekati 0 berarti semakin lemah pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien penentu dalam Tabel 3.10 sebagai berikut.

TABEL 3.10
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN
INTERPRETASI KOEFISIEN DETERMINASI

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0-19.99%	Sangat lemah
20%-39.99%	Lemah
40%-59.99%	Sedang
60%-79.99%	Kuat
80%-100%	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2008:214)

Analisis data yang terakhir ialah melakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji berada pada $\alpha = 0,05$

dengan derajat kebebasan ($dk = n-2$) serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan.

Hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variasi tampilan dan rasa terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variasi tampilan dan rasa terhadap keputusan pembelian.

Untuk mengetahui apakah penilaian yang dilakukan akan menerima atau menolak hipotesis, maka digunakan uji t (uji distribusi student's), yang dinyatakan dengan rumus :

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

(Sugiyono, 2008:250)

Keterangan :

t = Nilai t

r = Koefisien korelasi *product moment*

n = Banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2008:352) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak