

## HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini kupersembahkan kepada orang-orang yang selalu memberiku semangat untuk terus berjuang mencapai cita-cita.

- ❖ Abah dan Ibu Tercinta.
- ❖ Abang dan Kakak-ku yang Tersayang.

4. Pakde Arifin, Bude Is, Mas Beno dan Mas Bandang yang selalu memberi motivasi untuk segera menyelesaikan kuliah.
5. Mas Dai, Aa Gus, Bayu, Amin, Jamal dan teman-teman kost yang senantiasa memberi semangat dan menemani.
6. Teman baikku “Endy dan Dedy”, atas perhatian dan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman KKN Unit 139 “Riyan, Mas Breh, Tami, Ita, Sofie dan Sri” yang selalu memberi semangat.
8. Pihak lain yang membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya besar harapan penulis dan keyakinan semoga karya ini bermanfaat dan berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Wassalaamu alaikum Wr. Wb.



Yogyakarta, April 2006

Penulis

**Achmad Chairizal**

01311480

### 3. Bagi Pihak Lain

Dapat dipergunakan sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam membeli Hand phone merk Samsung.

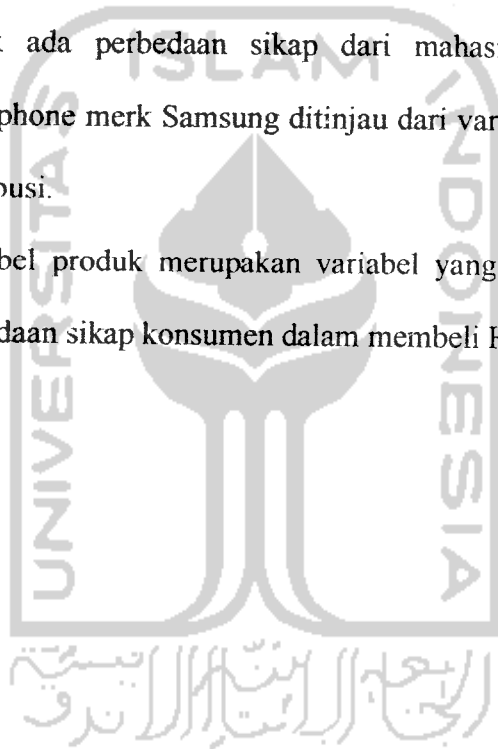


bersangkutan. Individu membeli suatu produk untuk dipakai sendiri dan untuk dipakai oleh anggota keluarga yang lain

## 2.6. Hipotesis

Dalam penelitian ini akan diajukan hipotesis berupa anggapan sementara yang berfungsi sebagai pedoman untuk mempermudah jalannya penelitian yakni:

1. Tidak ada perbedaan sikap dari mahasiswa FE UII terhadap produk Handphone merk Samsung ditinjau dari variable produk, harga, promosi dan distribusi.
2. Variabel produk merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi perbedaan sikap konsumen dalam membeli Hand phone merk Samsung.



- 1) Merubah data pengamatan dalam bentuk rangking. Angka yang terkecil diberi rangking 1, demikian seterusnya sampai angka yang terbesar diberi rangking n. n adalah jumlah cuplikan dari seluruh pengamatan k cuplikan.
- 2) Menentukan formulasi hipotesa nol ( $H_0$ ) dan hipotesa alternative ( $H_a$ ) :

$H_0$  : Tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap produk handphone merk Samsung.

$H_a$  : Ada perbedaan sikap konsumen terhadap produk handphone merk Samsung.

- 3) Menentukan sikap signifikan ( $\alpha$ )

Adapun taraf signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% (0,05) dengan  $dk = k - 1$ .

- $H_0$  diterima apabila :  $H > \alpha$  (0,05)
- $H_a$  ditolak apabila :  $H < \alpha$  (0,05)

- 4) Menguji dengan Uji Kruskal Wallis.

- 5) Menarik kesimpulan untuk pengambilan keputusan statistik.

4) Terlihat bahwa pada kolom Asymp. Sig adalah  $0,047 < \chi^2\text{-tabel (5\%)}$ .  
Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

5) Berdasarkan hasil perhitungan uji Kruskal Wallis  $\chi^2$  hitung = 3,940 >  $\chi^2\text{-tabel (5\%; df=1)} = 3,841$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. . Dapat dikatakan bahwa tidak ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik besarnya uang saku terhadap atribut harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan kualitas, perbandingan harga, dan harga jual kembali.

Tabel 4.40  
Test Statistik Variabel Harga dengan Besarnya Uang Saku

	Harga
Chi Square	3,940
df	1
Asymp. Sig	0,047

**g. Antara Variabel Promosi dengan Besarnya Uang Saku.**

1) Formulasi Hipotesis nol ( $H_0$ ) dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ )

$H_0$  : Tidak ada perbedaan sikap antara variable promosi dengan uang saku.

$H_a$  : Ada perbedaan sikap antara variable promosi dengan uang saku.

2) Menentukan tingkat signifikan ( $\alpha$ )

Adapun taraf signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%

$\chi^2\text{-tabel (5\%; df=1)} = 3,841$

3) Kriteria pengujian

Jika  $\chi^2$  hitung <  $\chi^2\text{-tabel}$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika  $\chi^2$  hitung  $>$   $\chi^2$ -tabel, Ho diterima dan Ha ditolak.

4) Terlihat bahwa pada kolom Asymp. Sig adalah  $0,01 < \chi^2$ -tabel (5%).

Maka Ho ditolak dan Ha diterima.

5) Berdasarkan hasil perhitungan uji Kruskal Wallis  $\chi^2$  hitung = 11,478  $>$   $\chi^2$ -tabel (5%; df=1) = 3,841. Maka Ho diterima dan Ha ditolak. . Dapat dikatakan bahwa tidak ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik besarnya uang saku terhadap atribut informasi, iklan, pelayanan dan bonus.

Tabel 4.41  
Test Statistik Variabel Promosi dengan Besarnya Uang Saku

	Promosi
Chi Square	11,478
df	1
Asymp. Sig	0,010

#### h. Antara Variabel Distribusi dengan Besarnya Uang Saku.

1) Formulasi Hipotesis nol (Ho) dan Hipotesis Alternatif (Ha)

Ho : Tidak ada perbedaan sikap antara variable promosi dengan uang saku.

Ha : Ada perbedaan sikap antara variable promosi dengan uang saku.

2) Menentukan tingkat signifikan ( $\alpha$ )

Adapun taraf signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%

$\chi^2$ -tabel (5%; df=1) = 3,841

3) Kriteria pengujian

Jika  $\chi^2$  hitung  $<$   $\chi^2$ -tabel, Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika  $\chi^2$  hitung  $>$   $\chi^2$ -tabel, Ho diterima dan Ha ditolak.

4) Terlihat bahwa pada kolom Asymp. Sig adalah  $0,017 >$   $\chi^2$ -tabel (5%).

Maka Ho diterima dan Ha ditolak.

5) Berdasarkan hasil perhitungan uji Kruskal Wallis  $\chi^2$  hitung =  $3,884 >$

$\chi^2$ -tabel (5%; df=1) =  $3,841$ . Maka Ho ditolak dan Ha diterima. . Dapat

dikatakan bahwa tidak ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan

karakteristik besarnya uang saku terhadap atribut saluran distribusi.

Tabel 4.42  
Test Statistik Variabel Distribusi dengan Besarnya Uang Saku

	Distribusi
Chi Square	3,884
df	1
Asymp. Sig	0,017



4. Diantara berbagai variabel tersebut, Variabel produk dengan karakteristik jenis kelamin merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap perbedaan sikap konsumen dalam membeli Handphone merk Samsung. Hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan uji Kruskal Wallis  $\chi^2$  hitung = 21,277 >  $\chi^2$ -tabel (5%; df=1) = 3,841.

## 5.2 Saran

Dari analisis dan kesimpulan yang diperoleh ada beberapa hal yang perlu diperhatikan :

1. Variabel produk, harga, promosi dan distribusi perlu memperoleh perhatian secara keseluruhan, dalam upaya mempengaruhi keputusan yang berkaitan dengan sikap konsumen terhadap pembelian produk Handphone merk Samsung.
2. Untuk pengembangan prioritas perlu ditujukan kepada variable produk karena produk merupakan variabel yang memiliki pengaruh yang paling dominan, maka perlu dipertahankan, misalnya dengan cara tetap menjaga kualitas produk, kegunaan produk dan melakukan diversifikasi produk yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk tersebut.
3. Perlu dilakukan lagi penelitian lebih lanjut mengenai sikap konsumen dengan mengikutsertakan variabel-variabel yang lainnya seperti pelayanan konsumen dan lainnya.