

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Desa Pakembinangun

Secara geografis letak Desa Pakembinangun di sebelah utara berbatasan dengan Desa Hargobinangun. Di sebelah selatan berbatasan dengan Desa Umbulmartani. Di sebelah barat berbatasan dengan Desa Harjobinangun dan Di sebelah timur dengan Desa Wukirsari.

Desa Pakembinangun mempunyai posisi yang sangat strategis, karena menjadi ibukota Kecamatan Pakem, sehingga jarak ke Kantor Kecamatan hanya 0,7 km, dan jarak ke Ibukota Kabupaten pun tidak terlalu jauh hanya 11 km, dan ke Ibukota Propinsi hanya 17 km.

3.1.1 Luas Wilayah

Dari segi topografi, Desa Pakembinangun terdiri dari daratan 83,000 ha dan perbukitan seluas 335,490 ha. Kondisi geografis Pakembinangun meliputi tinggi dari permukaan laut 382-525 m di atas permukaan laut. Keadaan suhu rata – rata 20-32 derajat Celcius.

Sedang tanahnya tergolong subur seluas 142,000 ha, sedang 134 ha sisanya merupakan tanah kritis seluas 5,000 ha. Tingkat erosi tanah meliputi erosi ringan 311,340 ha, erosi sedang 103,015 ha dan erosi berat 5,000 ha. Keseluruhan wilayah Desa Pakembinangun 418,490 ha dan mempunyai ketebalan kulit bumi / solum antara 50-99 cm.

3.1.2 Kependudukan

1. Jumlah Penduduk Menurut :

a. Jenis kelamin :

1). Laki – laki	:	2802 Orang.
2). Perempuan	:	2940 Orang.
Jumlah	:	5742 Orang.

b. Kepala Keluarga	:	1400 KK.
--------------------	---	----------

c. Kewarganegaraan :

1). WNI : - Laki – laki	:	2800 Orang.
- Perempuan	:	2937 Orang.
Jumlah	:	5737 Orang.
2). WNA: - Laki – laki	:	2 Orang.
- Perempuan	:	3 Orang.
Jumlah	:	5 Orang.

2. Jumlah Penduduk Menurut Usia :

a. Kelompok Pendidikan :

1). 00 – 03 Tahun	:	570 Orang.
2). 04 – 06 Tahun	:	424 Orang.
3). 07 – 12 Tahun	:	625 Orang.
4). 13 – 15 Tahun	:	632 Orang.
5). 16 – 18 Tahun	:	524 Orang.
6). 19 – Keatas	:	2967 Orang.

b. Kelompok Tenaga Kerja :

1). 10 – 14 Tahun	: 274 Orang.
2). 15 – 19 Tahun	: 417 Orang.
3). 20 – 26 Tahun	: 604 Orang.
4). 27 – 40 Tahun	: 1279 Orang.
5). 41 – 56 Tahun	: 841 Orang.
6). 57 – Keatas	: 1308 Orang.

3. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan :**Lulusan Pendidikan Umum :**

1). Taman Kanak –kanak	: 113 Orang.
2). Sekolah Dasar	: 1109 Orang.
3). SMP / SLTP	: 1178 Orang.
4). SMU / SLTA	: 1467 Orang.
5). Perguruan Tinggi/Akademi.	403 Orang.

4. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian :**a. Karyawan :**

1). Pegawai Negeri Sipil	: 310 Orang.
2). A B R I	: 65 Orang.
3). Swasta	: 267 Orang.

b. Wiraswasta / Pedagang : 425 Orang.

c. Tani : 1323 Orang.

d. Pertukangan : 206 Orang.

e. Buruh Tani	:	437 Orang.
f. Pensiunan	:	176 Orang.
g. Jasa	:	68 Orang.

3.2 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti meliputi:

- a. Harga
- b. Kemasan
- c. Merek
- d. Kualitas

3.3 Definisi Operasional Variabel

a. Harga

Suatu nilai yang dinyatakan dalam rupiah atau sejumlah pengorbanan berupa uang dapat diartikan sebagai harga beli yang berlaku bagi konsumen.

Dalam hal ini variabel harga meliputi :

- Harga sesuai dengan mutu atau kualitas.
- Kenaikan atau penurunan harga (perubahan harga) berpengaruh pada pembelian.
- Harga sesuai dengan nilai dan manfaat.
- Harga merupakan faktor yang mempengaruhi pembelian.

b. Kemasan

Merupakan alat pembungkus luar produk yang berfungsi untuk melindungi, memudahkan konsumen dalam memakai, menaikkan citra atau sekaligus dapat dijadikan alat promosi.

Dalam hal ini variabel kemasan meliputi :

- Inovasi kemasan.
- Desain kemasan.
- Warna kemasan.
- Kemasan merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

c. Merek

Sebuah nama, istilah, tanda, simbol yang dimaksudkan untuk menyebutkan barang-barang atau jasa dari seseorang agar terbedakan dari para pesaingnya.

Dalam hal ini variabel merek meliputi :

- Merek mempunyai citra yang baik.
- Merek cukup dikenal.
- Merek mudah diingat dan dikenali.
- Merek merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

e. Kualitas

Mutu suatu produk yang ada dan disesuaikan berdasarkan harga yang sepadan dengan produk yang dikonsumsi.

Dalam hal ini variabel kualitas meliputi :



- Daya bersih yang baik sesuai spesifikasinya.
- Adanya perubahan kualitas.
- Tingkat kualitas sesuai dengan fungsi penggunaan.
- Kualitas merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk keperluan pengumpulan data maka pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa jenis data yaitu :

a. Data Primer :

Adalah materi informasi yang diperoleh peneliti secara langsung di tempat yang menjadi obyek penelitian. (Drs. Basu Swastha DH, MBA, 1984, hal.299.).

Dalam hal ini adalah responden yang pernah membeli dan memakai produk sabun mandi. Untuk memperoleh data primer ini penulis memberikan angket pertanyaan atau kuesioner kepada responden dan jawaban dari responden inilah yang dijadikan sebagai data primer.

Kuesioner

Yaitu pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden sehingga diperoleh informasi yang diharapkan. Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif maupun kuantitatif.

b. Data Sekunder :

Adalah data yang diperoleh dari pihak lain bukan diusahakan sendiri pengumpulannya. (J. Supranto M.A, 1986, hal.36.).

Data sekunder ini merupakan sumber bagi studi pustaka yang relevan dengan pokok masalah penelitian.

3.5 Metode Pengambilan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiono, 2003, hal.72.). Dalam penelitian ini populasi diambil dari masyarakat Pakembinangun yang membeli dan memakai produk sabun mandi.

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini, dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5%, dan kesalahan maksimum yang mungkin dialami (E) adalah sebesar 10%, sedang standar deviasi standar rata – ratanya tidak diketahui, maka jumlah sampel yang akan diteliti mengikuti aturan dibawah ini: (Singaribun dan Sofian Effendi,1987, hal.150.).

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}}}{E} \right)^2$$



Dimana :

- n : Jumlah sampel
- $Z_{1/2\alpha}$: Batas luar daerah. Nilai $Z_{1/2\alpha}$ adalah sebesar 1.96. Angka ini didapat dari tabel t student, karena pada kondisi dimana nilai deviasi standar rata – rata tidak diketahui, maka tabel Z tidak berdistribusi normal lagi sehingga untuk jumlah populasi yang tidak terbatas atau yang berjumlah besar akan mengikuti nilai tabel t .
- E : Kesalahan maksimum yang mungkin dialami.

$$n = 1/4 \left(\frac{Z_{1/2\alpha}}{E} \right)^2$$

$$n = 0,25 \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2$$

$$= 96,04 \rightarrow \text{pembulatan angka} = 100$$

maka berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel adalah 100 responden dan hal ini dianggap sudah cukup mewakili populasi yang akan diteliti.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling. (Sutrisno Hadi, 2001, hal.82.), di mana pemilihan sekelompok subyek didasarkan atas ciri – ciri atau sifat – sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri – ciri atau sifat – sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Yaitu konsumen pembeli sekaligus pemakai sabun mandi di Kelurahan Pakembinangun.



populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Yaitu konsumen pembeli sekaligus pemakai sabun mandi di Kelurahan Pakembinangun.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas.

- Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji untuk mengukur validitas dari instrumen – instrumen yang digunakan dalam penelitian. Instrumen tersebut dapat dikatakan valid apabila dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Untuk menguji daya pembeda secara signifikan digunakan rumus t-test sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{S_{gab} \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

- Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji mengukur reliabilitas dari instrumen – instrumen dalam penelitian. Instrumen tersebut dikatakan reliabel apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. (Sugiono, 1999. hal.109.).

Pengujian realibilitas instrumen dapat dilakukan dengan teknik belah dua dari Spearman Brown (*Split half*), Berikut adalah rumusnya:

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Di mana:

r_i = realibilitas internal seluruh instrumen

r_b = korelasi product moment antara belahan pertama dan kedua

3.7 Metode Analisis Data

a. Analisis Kualitatif

Analisis yang berbentuk selain angka yaitu tabel frekuensi yang berdasarkan hasil survei / kuesioner di lapangan dari jawaban responden.

b. Analisis Kuantitatif

Analisis ini berupa angka – angka yang dianalisis dan akan menghasilkan sebuah analisis. dalam penelitian ini menggunakan analisis atau metode statistik yaitu: (Zaenal Mustafa, 1993, hal.92.).

1. Chi Square atau Kai Kuadrat.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian, yang juga dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

Dimana :

- X^2 : harga kai kuadrat
- f_o : frekuensi hasil observasi
- f_h : frekuensi yang diharapkan

Besarnya frekuensi yang diharapkan (f_h) dihitung dengan rumus :

$$f_h = \frac{(\text{Total Baris} \times \text{Total Kolom})}{N}$$

Dalam kaitannya Uji Kai Kuadrat sebagai alat analisis yang dapat digunakan untuk pengujian hipotesis, Microstat untuk mengolah data statistik.

Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak, maka langkah – langkah selanjutnya setelah harga X^2 diperoleh adalah sebagai berikut:

- a. Mencari derajat kebebasan (dk) dengan Menggunakan rumus:

$$dk = (k-1)(b-1)$$

Dimana :

- k : jumlah kolom
 - b : jumlah baris
- b. Menentukan tingkat signifikan (α)

Dalam penelitian ini ditentukan interval keyakinan 95% atau taraf signifikan (α) = 5%

c. Mencari harga X^2 tabel, dengan cara melihat pada daftar tabel X^2

d. Memutuskan apakah hipotesis yang diuji ditolak atau diterima. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. H_0 : menyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan antara atribut produk dengan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, berdasarkan karakteristiknya.

2. H_a : menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara atribut produk dengan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

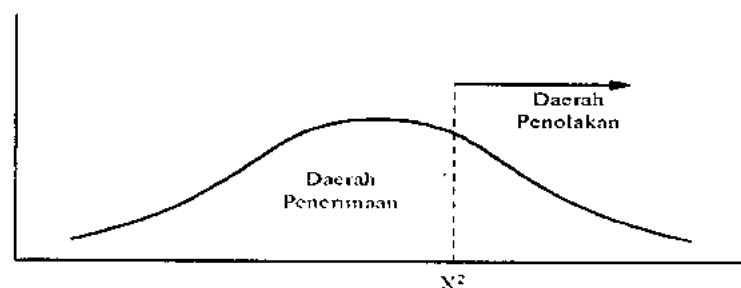
e. Kriteria keputusan

1. Jika, X^2 hitung $\geq X^2$ tabel maka H_0 ditolak atau terdapat pengaruh yang signifikan.

2. Jika, X^2 hitung $< X^2$ tabel maka H_0 diterima atau tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

f. Menggambar daerah penolakan dan daerah penerimaan H_0

Gambar 3.7: Daerah Penolakan dan Daerah Penerimaan H_0



2. Koefisien Kontingensi

Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara kedua variabel atau untuk mengetahui erat tidaknya kedua variabel. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut: (Zaenal Mustofa, Op.cit, hal.122.).

$$KK = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + N}}$$

Dimana :

- KK : Koefisien Kontingensi
- X^2 : harga Kai Kuadran
- N : banyaknya sampel yang digunakan

Supaya nilai koefisien kontingensi (KK) itu dapat digunakan untuk menilai kuat tidaknya hubungan antara kedua variabel, maka harga koefisien kontingensi perlu dibandingkan dengan harga koefisien kontingensi maksimumnya(KK_{maks}). Harga KK maks dapat dihitung dengan rumus, Zainal Mustofa (1995, hlm 123):

$$KK_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

Dimana:

m = banyaknya kolom atau baris dalam tabel kontingensi yang minimal

Adapun ketentuan pola hubungan antara kedua variabel yang diukur adalah :

- Semakin dekat harga KK dengan Kk_{maks} , maka semakin kuat pula hubungan antara variabel-variabel tersebut.

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian

Populasi merupakan suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu tertentu dengan kualitas tertentu pula. Populasi dalam penelitian ini telah ditentukan dan dibatasi pada masyarakat yang berdomisili di Pakembinangun, Sleman, Yogyakarta. Demi kemudahan peneliti dalam melakukan penelitian terutama dalam memperoleh data primer, maka dilakukan pengambilan sampel sebanyak 100 responden dengan metode pengumpulan data yang diperoleh melalui kuisisioner yang diserahkan pada setiap respondennya.

Penyebaran kuisisioner dilakukan untuk mengidentifikasi perilaku konsumen dalam pembelian sabun mandi yang didasarkan menurut empat faktor atribut yang mempengaruhinya yaitu harga, kemasan, merk, dan kualitas. Sedangkan karakteristik responden dibedakan menurut jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan.

4.2. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian digunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian yang akan digunakan mampu menghasilkan data yang valid dan reliabel jika dilakukan penelitian kembali. Berhubung instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisisioner maka dilakukan uji

validitas dan uji reliabilitas terhadap daftar pertanyaan yang tercantum dalam kuisioner. Dalam melakukan uji instrumen ini diambil sampel sebanyak 20 orang, dan digunakan program aplikasi SPSS ver 10.00 untuk melakukan pengujian.

4.2.1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk menguji instrumen penelitian dalam hal ini kuisioner agar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini pengujian ditujukan untuk setiap item pertanyaan dengan memperhatikan korelasi antara skor item pertanyaan dengan jumlah skor total item yang dihasilkan. Dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 10.00 dengan sub menu *Pearson Correlations* maka hasil uji validitas dapat ditunjukkan sebagai berikut :

Tabel 4.2.1.
Uji Validitas

No. Item	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keputusan
r ₁ Y	0,657	0,002	Valid
r ₂ Y	0,463	0,040	Valid
r ₃ Y	0,592	0,006	Valid
r ₄ Y	0,476	0,034	Valid
r ₅ Y	0,531	0,016	Valid
r ₆ Y	0,470	0,037	Valid
r ₇ Y	0,476	0,034	Valid
r ₈ Y	0,678	0,001	Valid
r ₉ Y	0,603	0,005	Valid
r ₁₀ Y	0,678	0,001	Valid
r ₁₁ Y	0,635	0,003	Valid
r ₁₂ Y	0,664	0,001	Valid
r ₁₃ Y	0,603	0,005	Valid
r ₁₄ Y	0,678	0,001	Valid
r ₁₅ Y	0,607	0,005	Valid
r ₁₆ Y	0,664	0,001	Valid

Dari tabel tersebut menunjukkan, bahwa setiap butir pernyataan setelah dibandingkan antara nilai r hitung dengan r kritis yaitu 0,30 (Sugiyono, 2003, hlm 124) maupun dilihat nilai signifikansinya menunjukkan hasil yang valid karena semua nilai koefisien korelasi lebih besar daripada 0,30. Dengan demikian instrumen penelitian tersebut dinilai valid dan layak digunakan.

4.2.2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk menghasilkan suatu instrumen penelitian yang bila digunakan beberapa kali dengan menggunakan obyek yang sama akan menghasilkan data yang relatif sama pula. Uji ini ditujukan pada setiap item pertanyaan pada masing – masing variabel yang akan diukur. Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program aplikasi SPSS ver. 10.00 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2.2
Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Alpha	Status
Harga	0,6210	Reliabel
Kemasan	0,6085	Reliabel
Merek	0,6182	Reliabel
Kualitas	0,6266	Reliabel

Adapun ketentuan variabel tersebut reliabel apabila nilai alphanya $> 0,60$ (Nunnally dalam Zeithaml, Berry & Pasuraman, 1996). Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai alpha untuk variabel harga adalah 0,6210, variabel kemasan 0,6085, variabel merek 0,6182, dan variabel kualitas 0,6266. Oleh karena seluruh variabel nilai alphanya $> 0,60$ maka

seluruh variabel instrumen penelitian reliabel dan dapat digunakan untuk mendapatkan data sebagaimana perlunya.

4.3. Karakteristik Responden

4.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan karakteristik responden jika dilihat dari jenis kelaminnya dapat diketahui bahwa perbandingan antara jumlah responden laki-laki dan perempuan cenderung tidak berbeda. Dari 100 responden yang diteliti komposisi antara responden laki-laki dan perempuan relatif seimbang. Responden laki-laki sebanyak 50 orang atau 50 % dan responden perempuan sebanyak 50 orang atau 50 % dari seluruh responden yang diteliti. Sehingga jika berdasarkan karakteristik jenis kelamin dapat ditampilkan ke dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.3.1.
Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	50	50,0	50,0	50,0
	Perempuan	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Faktor usia turut mempengaruhi perilaku konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Dalam pengukuran usia/umur responden, peneliti membagi ke dalam 4 kelompok yaitu : kurang dari 20 tahun, 21-35 tahun, 36-45 tahun, dan 45 tahun ke atas. Pada usia responden dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah kelompok usia antara 21 – 35 tahun

yaitu sebanyak 51 responden atau 51 % dari seluruh responden yang diteliti. Jumlah responden terbesar kedua adalah kelompok usia antara 36 sampai 45 tahun yaitu sebanyak 26 responden atau 26 % dari seluruh responden yang diteliti, kemudian diikuti kelompok usia kurang dari 20 tahun sebanyak 23 responden atau 23 %. Sedangkan menurut hasil kuisioner yang kembali tidak ada responden yang berusia di atas 45 tahun. Dari hasil penelitian tersebut dapat kita ketahui bahwa perilaku pembelian sabun mandi di daerah Pakembinangun, Sleman sebagian besar didominasi oleh responden pada tingkat usia 21 – 35 tahun, karena usia tersebut merupakan usia produktif manusia dan cenderung memiliki level konsumsi cukup tinggi. Sedangkan tingkatan usia yang potensial justru pada usia antara 36 – 45 tahun. Hasil rekapitulasi data tersebut dapat ditampilkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.2.
Karakteristik Responden Menurut Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	23	23,0	23,0	23,0
	21 – 35 tahun	51	51,0	51,0	74,0
	36 - 45 tahun	26	26,0	26,0	100,0
	> 45 tahun	0	0,0	0,0	0,0
	Total	100	100,0	100,0	

4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Jenjang pendidikan yang pernah dijalani oleh responden turut mempengaruhi kemampuan berpikir responden dalam bersikap atau berperilaku sekaligus dalam menentukan keputusan pembelian, yang dalam penelitian ini merupakan tingkat pendidikan terakhir responden yang meliputi SD, SMP, SMU/SMK/MA, dan Perguruan Tinggi. Dilihat

dari tabel di bawah ini, dapat diketahui bahwa mayoritas responden merupakan tamatan SMU/SMK/MA yaitu sebanyak 51 responden (51 %) dari seluruh responden yang diteliti. Kemudian sebanyak 34 responden pernah mengenyam pendidikan hingga Perguruan Tinggi, diikuti oleh responden yang tamat SMP yaitu sebanyak 15 responden (15 %) dan tamat SD sebanyak 0 responden atau 0 % dari seluruh responden yang diteliti. Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa mayoritas tingkat pendidikan masyarakat Pakembinangun berada pada tingkat yang baik dengan sebagian besar pernah mengenyam pendidikan hingga tingkat SMU/SMK/MA, yang hal tersebut turut memberi andil besar terhadap proses perilaku pembeliannya. Data karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat ditampilkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.3
Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tamat SD	0	0,0	0,0	0,0
Tamat SMP	15	15,0	15,0	15,0
Tamat SMU/SMK/MA	51	51,0	51,0	66,0
Tamat Perguruan Tinggi	34	34,0	34,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

4.3.4. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan cenderung menunjukkan kelas sosial seseorang secara ekonomi yang berpengaruh terhadap daya beli dan perilaku pembelian konsumennya. Dari 100 responden yang diteliti, mayoritas bekerja sebagai pegawai swasta dan berviraswasta yakni sebanyak 43

responden (43 %), kemudian sebanyak 34 responden (34 %) bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil, 23 responden (23 %) masih berstatus pelajar/mahasiswa, dan 0 responden (0%) tidak diketahui profesi atau pekerjaannya. Dari data tersebut diketahui bahwa masyarakat Pakembinangun merupakan masyarakat yang produktif yang memiliki potensi untuk bekerja dan berkembang. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaannya dapat ditunjukkan melalui tabel sebagai berikut

Tabel 4.3.4.
Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	23	23,0	23,0	23,0
	Pegawai Negeri	34	34,0	34,0	57,0
	Pegawai Swasta/Wiraswasta	43	43,0	43,0	100,0
	Lain-lain	0	0,0	0,0	0,0
	Total	100	100,0	100,0	

4.3.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Besar tingkat penghasilan responden per bulan sangat menentukan daya beli konsumen dalam hal ini masyarakat Pakembinangun. Dari hasil penelitian dapat kita ketahui bahwa sebanyak 28% atau 28 orang responden berpenghasilan di bawah Rp. 500.000, kemudian yang berpenghasilan antara Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 35 orang atau 35% dari seluruh responden yang diteliti. Untuk responden berpenghasilan antara Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000 sebanyak 22 orang responden (22%) dan sebanyak 15 orang responden (15%) berpenghasilan di atas Rp. 1.500.000. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas

masyarakat Kelurahan Pakembinangun berpenghasilan antara Rp.500.000 sampai dengan Rp.1.000.000. Hasil data primer tersebut dapat ditunjukkan melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.5.
Karakteristik Responden Menurut Tingkat Penghasilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp.500.000	28	28,0	28,0	28,0
	Rp.500.000 hingga Rp.1.000.000	35	35,0	35,0	63,0
	Rp.1.000.000 hingga Rp.1.500.000	22	22,0	22,0	85,0
	> Rp.1.500.000	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

4.4. Analisis Chi Square dan Koefisien Kontingensi Terhadap Penilaian Responden

Analisis Chi Square atau Kai Kuadrat digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian, yang juga dapat digunakan untuk menguji suatu hipotesis. Dalam penelitian ini digunakan program aplikasi komputer SPSS versi 10.00 untuk melakukan uji Chi-Square atau Kai Kuadrat dengan melihat hubungan antara variabel atribut produk dan karakteristik konsumennya.

Koefisien Kontingensi digunakan untuk mengetahui erat tidaknya hubungan antar variabel. Uji Koefisien Kontingensi ini dihitung dengan cara $KK_{maks} - KK$, yang kemudian hasilnya dibandingkan pada rentang skala yang telah ditetapkan. Uji Koefisien Kontingensi ini hanya diberlakukan pada variabel yang memiliki hubungan yang signifikan saja,

sedangkan untuk variabel yang tidak berhubungan secara signifikan tidak perlu dilakukan pengujian.

4.4.1. Hubungan Jenis Kelamin dengan Harga

Tabel 4.4.1.
Jenis Kelamin * Harga Crosstabulation

Jenis Kelamin	Harga						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
Laki-laki	12	12 %	20	20 %	18	18 %	50	50 %
Perempuan	8	8 %	23	23 %	19	19 %	50	50 %
Total	20	20 %	43	43 %	37	37 %	100	100%

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden laki-laki menyatakan setuju terhadap harga sabun mandi yang mereka gunakan yaitu sebanyak 20 orang responden atau 20 % dari seluruh responden yang diteliti, jika dilihat dari karakteristik jenis kelamin responden. Sedangkan mayoritas responden wanita menyatakan setuju yaitu sebanyak 23 responden. Adapun yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 responden laki-laki (18 %) dan 19 responden perempuan (19 %). Sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 responden (12 %) untuk responden laki-laki dan 8 responden perempuan (8 %). Sehingga dengan demikian mayoritas responden menyatakan setuju terhadap harga sabun mandi yang mereka gunakan.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan harga.

H_a = Ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan harga.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$, yaitu :

- Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.
- Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 1,036 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,596. Oleh karena probabilitas $> \alpha$ (prob. 0,596 $>$ 0,05) maka H_0 diterima.

4. Kesimpulan

H_0 diterima berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara perbedaan jenis kelamin dengan harga sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun tidak dipengaruhi oleh harga sabun mandi berdasarkan perbedaan jenis kelamin konsumennya

4.4.2. Hubungan Jenis Kelamin dengan Kemasan

Tabel 4.4.2.
Jenis Kelamin * Kemasan Crosstabulation

Jenis Kelamin	Kemasan						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
Laki-laki	14	14 %	22	22 %	14	14 %	50	50 %
Perempuan	9	9 %	21	21 %	20	20 %	50	50 %
Total	23	23 %	43	43 %	34	34 %	100	100%

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden laki –laki menyatakan setuju terhadap kemasan sabun mandi yang mereka gunakan yaitu sebanyak 22 orang responden atau 22 % dari seluruh responden yang diteliti dilihat dari karakteristik jenis kelamin responden. Sedangkan mayoritas responden wanita menyatakan setuju yaitu sebanyak 21 responden (21 %). Adapun yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 responden laki-laki (14 %) dan 20 responden perempuan (20 %). Sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 14 responden (14 %) untuk responden laki-laki dan 9 responden perempuan (9 %). Sehingga dengan demikian dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap kemasan sabun mandi yang mereka gunakan berdasarkan perbedaan jenis kelamin respondennya yakni sebanyak 43 (43 %) dari 100 responden yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

Ho = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan kemasan.

Ha = Ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan kemasan.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$,

yaitu :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak.

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 2,169 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,338. Oleh karena probabilitas $> \alpha$ (prob. 0,338 $>$ 0,05) maka H_0 diterima.

4. Kesimpulan

H_0 diterima berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan kemasan sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun tidak dipengaruhi oleh kemasannya berdasarkan perbedaan jenis kelamin konsumennya.

4.4.3. Hubungan Jenis Kelamin dengan Merek

Tabel 4.4.3.
Jenis Kelamin * Merk Crosstabulation

Jenis Kelamin	Merek						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
Laki-laki	13	13 %	24	24 %	13	13 %	50	50 %
Perempuan	7	7 %	19	19 %	24	24 %	50	50 %
Total	20	20 %	43	43 %	37	37 %	100	100%

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden laki –laki menyatakan setuju terhadap merek sabun mandi yang mereka gunakan yaitu sebanyak 24 orang responden atau 24 % dari seluruh responden yang diteliti dilihat dari karakteristik jenis kelamin responden. Sedangkan mayoritas responden wanita yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 19 responden (19 %). Sedangkan untuk responden laki-laki yang menyatakan

sangat setuju sebanyak 13 responden (13 %). Untuk responden perempuan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 responden (24 %). Untuk responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13 responden (13 %) untuk responden laki-laki dan 7 orang (7 %) responden perempuan. Sehingga dengan demikian dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap merek sabun mandi yang mereka gunakan berdasarkan perbedaan jenis kelamin respondennya yakni sebanyak 43 responden atau 43 % dari 100 responden yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

Ho = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan merek.

Ha = Ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan merek.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5\%$, yaitu :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak.

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.00 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 5,652 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,059. Oleh karena probabilitas $> \alpha$ (prob. 0,059 $>$ 0,05) maka Ho diterima.

4. Kesimpulan

Ho diterima berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan merek sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun tidak dipengaruhi oleh merek dari produk sabun mandi berdasarkan perbedaan jenis kelamin konsumennya.

4.4.4. Hubungan Jenis Kelamin dengan Kualitas

Tabel 4.4.4.

Jenis Kelamin * Kualitas Crosstabulation

Jenis Kelamin	Kualitas						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
Laki-laki	11	11 %	20	20 %	19	19 %	50	50 %
Perempuan	12	12 %	23	23 %	15	15 %	50	50 %
Total	23	23 %	43	43 %	34	34 %	100	100%

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden laki –laki yang menyatakan setuju terhadap kualitas sabun mandi yang mereka gunakan yaitu masing-masing sebanyak 20 responden atau 20 %.Sedang mayoritas responden perempuan yang menyatakan setuju terhadap kualitas sabun mandi sebanyak 23 responden atau 23 % dari seluruh responden yang diteliti dilihat dari karakteristik jenis kelamin responden. Adapun yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 responden laki-laki dan 15 responden perempuan. Sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 11 responden laki-laki dan 12 responden perempuan. Dengan demikian berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap kualitas sabun mandi yang mereka gunakan

berdasarkan perbedaan jenis kelamin respondennya yakni sebanyak 43 responden atau 43 % dari seluruh responden yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

Ho = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan kualitas.

Ha = Ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan kualitas.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5\%$, yaitu :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak.

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.00 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 0,723 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,697. Oleh karena probabilitas $> \alpha$ (prob. 0,697 $>$ 0,05) maka Ho diterima.

4. Kesimpulan

Ho diterima berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan kualitas sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun tidak dipengaruhi oleh kualitas sabun mandi berdasarkan perbedaan jenis kelamin konsumennya.

4.4.5. Hubungan Usia dengan Harga

Tabel 4.4.5.
Usia * Harga Crosstabulation

Usia	Harga						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
< 20 tahun	5	5 %	9	9 %	9	9 %	23	23 %
21 s/d 35 tahun	11	11 %	23	23 %	17	17 %	51	51 %
36 s/d 45 tahun	4	4 %	11	11 %	11	11 %	26	26 %
> 45 tahun	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Total	20	20 %	43	43 %	37	37 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia kurang atau sama dengan 20 tahun menyatakan setuju yaitu sebanyak 9 responden (9%), responden berusia 21 hingga 35 tahun mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 23 responden (23 %), responden berusia antara 36 tahun hingga 45 tahun mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 11 responden (11%) dan tidak ada seorangpun responden berusia di atas 45 tahun yang memberikan pernyataannya. Adapun responden yang menyatakan sangat setuju untuk usia antara 21 hingga 35 tahun yakni sebanyak 17 responden (17 %), diikuti dengan responden berusia antara 36 sampai 45 tahun sebanyak 11 responden (11 %), serta 9 responden berusia kurang/ sama dengan 20 tahun. Sedangkan yang menyatakan tidak setuju terdiri dari 5 responden berusia kurang dari/ sama dengan 20 tahun, 11 responden (11 %) berusia antara 21 hingga 35 tahun dan 4 responden berusia antara 36 hingga 45 tahun. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap harga sabun mandi yang mereka konsumsi berdasarkan karakteristik jenis

kelamin mereka yakni sebanyak 43 responden atau 43 % dari seluruh responden yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia dengan harga.

H_a = Ada hubungan yang signifikan antara usia dengan harga.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$, yaitu :

- a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.
- b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 0,921 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,922. Oleh karena probabilitas $> \alpha$ (prob. 0,922 $>$ 0,05) maka H_0 diterima.

4. Kesimpulan

H_0 diterima berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara usia responden dengan harga sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun tidak dipengaruhi oleh harga sabun mandi berdasarkan perbedaan usia konsumennya.

4.4.6. Hubungan Usia dengan Kemasan

Tabel 4.4.6.
Usia * Kemasan Crosstabulation

Usia	Kemasan						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
< 20 tahun	3	3 %	7	7 %	13	13 %	23	23 %
21 s/d 35 tahun	9	9 %	26	26 %	16	16 %	51	51 %
36 s/d 45 tahun	11	11 %	10	10 %	5	5 %	26	26 %
> 45 tahun	0	0 %	0	0 %	0	0 %	12	12 %
Total	23	23 %	43	43 %	34	34 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia kurang dari/sama dengan 20 tahun menyatakan setuju terhadap kemasan sabun mandi yang mereka gunakan berdasarkan karakteristik usia responden yaitu sebanyak 7 responden (7 %), diikuti responden berusia 21 hingga 35 tahun mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 26 responden (26 %), responden berusia antara 36 tahun hingga 45 tahun mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 10 responden (10 %) dan tidak ada seorangpun responden berusia di atas 45 tahun yang menyatakan setuju. Adapun yang menyatakan sangat setuju mayoritas berusia antara 21 hingga 35 tahun yakni sebanyak 16 responden (16 %), diikuti dengan responden berusia 36 sampai 45 tahun sebanyak 5 responden (5 %). Dan tidak seorangpun responden berusia diatas 45 tahun yang menyatakan sangat setuju Serta 13 responden berusia kurang dari/sama dengan 20 tahun menyatakan sangat setuju. Sedangkan yang menyatakan tidak setuju terdiri dari 3 responden (3 %) berusia kurang dari/sama dengan 20 tahun, 9 responden (9 %) berusia 21 hingga 35 tahun, 11 responden (11 %) berusia

36 hingga 45 tahun. Sehingga berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap kemasan sabun mandi yang mereka gunakan berdasarkan karakteristik usia yakni berjumlah 43 responden atau 43 % dari seluruh responden yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia dengan kemasan.

H_a = Ada hubungan yang signifikan antara usia dengan kemasan.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$, yaitu :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 12,768 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,012. Oleh karena probabilitas $\leq \alpha$ (prob. 0,012 \leq 0,05) maka H_0 ditolak.

4. Kesimpulan

H_0 ditolak berarti ada hubungan yang signifikan antara usia responden dengan kemasan sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun dipengaruhi oleh kemasan sabun mandi berdasarkan perbedaan usia konsumennya.

Analisis Koefisien Kontingensi

Karena hubungan antara usia dengan kemasan menunjukkan hubungan yang signifikan maka dilakukan analisis Koefisien Kontingensi untuk mengetahui keeratan hubungan kedua variabel tersebut. Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,336. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks.) dapat dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

Dari perhitungan di atas, tampak bahwa harga KK sebesar 0,336 kurang mendekati harga KK maks yaitu sebesar 0,825 : sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel kemasan dan usia responden tidak erat.

4.4.7. Hubungan Usia dengan Merek

Tabel 4.4.7.

Usia * Merk Crosstabulation

Usia	Merek						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
< 20 tahun	2	2 %	11	11 %	10	10 %	23	23 %
21 s/d 35 tahun	9	9 %	22	22 %	20	20 %	51	51 %
36 s/d 45 tahun	9	9 %	10	10 %	7	7 %	26	26 %
> 45 tahun	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Total	20	20 %	43	43 %	37	37 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia kurang dari/sama dengan 20 tahun menyatakan sangat setuju terhadap merek sabun mandi yang mereka gunakan berdasarkan karakteristik usianya yaitu berjumlah 10 responden (10 %), kemudian mayoritas responden berusia 21 hingga 35 tahun menyatakan setuju yaitu sebanyak 22 responden (22 %), responden berusia 36 tahun hingga 45 tahun mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 10 responden (10 %). Adapun yang menyatakan setuju untuk responden berusia kurang dari/sama dengan 20 tahun berjumlah 11 responden. Untuk responden berusia antara 21 sampai 35 tahun yang menyatakan sangat setuju berjumlah 20 responden (20 %), 7 responden berusia 36 hingga 45 tahun. Sedangkan yang menyatakan tidak setuju terdiri dari 2 responden (2%) berusia kurang dari/sama dengan 20 tahun dan 9 responden berusia 21 hingga 35 tahun. Dengan demikian berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap merek sabun mandi yang mereka gunakan yakni berjumlah 43 responden atau 43% dari seluruh responden yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

Ho = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia dengan merek.

Ha - Ada hubungan yang signifikan antara usia dengan merek.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$, yaitu :

- a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.
- b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 5,679 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,224. Oleh karena probabilitas $> \alpha$ (prob. 0,224 $>$ 0,05) maka H_0 diterima.

4. Kesimpulan

H_0 diterima berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara usia responden dengan merek sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun tidak dipengaruhi oleh merek sabun mandi berdasarkan perbedaan usia konsumennya, atau dengan kata lain bahwa faktor usia responden tidak turut memberikan perhatian terhadap pemilihan merek sabun mandi yang mereka gunakan.

4.4.8. Hubungan Usia dengan Kualitas

Tabel 4.4.8.

Usia * Kualitas Crosstabulation

Usia	Kualitas						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
≤ 20 tahun	10	10 %	6	6 %	7	7 %	23	23 %
21 s/d 35 tahun	9	9 %	27	27 %	15	15 %	51	51 %
36 s/d 45 tahun	4	4 %	10	10 %	12	12 %	26	26 %
> 45 tahun	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Total	23	23 %	43	43 %	34	34 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia kurang dari/sama dengan 20 tahun menyatakan setuju terhadap kualitas sabun mandi yang mereka gunakan yaitu berjumlah 6 responden (6 %), kemudian mayoritas responden berusia 21 hingga 35 tahun menyatakan setuju yaitu sebanyak 27 responden (27 %), kemudian responden berusia 36 tahun hingga 45 tahun mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 10 responden (10 %). Adapun yang menyatakan sangat setuju mayoritas berusia 21 hingga 35 tahun yakni sebanyak 15 responden (15 %), diikuti dengan responden berusia 36 sampai 45 tahun sebanyak 12 responden (12 %) dan 7 responden berusia kurang dari 20 tahun. Sedangkan yang menyatakan tidak setuju terdiri dari 10 responden berusia kurang dari 20 tahun, 9 responden berusia 21 hingga 35 tahun dan 4 responden berusia 36 sampai 45 tahun. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap kualitas sabun mandi yang mereka gunakan yakni berjumlah 43 responden atau 43 % dari seluruh responden yang diteliti berdasarkan karakteristik tingkat usianya.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

Ho = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia dengan kualitas.

Ha = Ada hubungan yang signifikan antara usia dengan kualitas.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$, yaitu :

- a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.
- b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 9,843 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,043. Oleh karena probabilitas $\leq \alpha$ (prob. 0,043 \leq 0,05) maka H_0 ditolak.

4. Kesimpulan

H_0 ditolak berarti ada hubungan yang signifikan antara usia responden dengan kualitas sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun dipengaruhi oleh kualitas sabun mandi berdasarkan perbedaan usia konsumennya.

Analisis Koefisien Kontingensi

Karena hubungan antara usia dengan kualitas menunjukkan hubungan yang signifikan maka dilakukan analisis Koefisien Kontingensi untuk mengetahui keeratan hubungan kedua variabel tersebut. Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,299. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks.) dapat dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

Dari hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa harga KK sebesar 0,299 tidak mendekati harga KK maksimum yaitu sebesar 0,82 ; sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel kualitas dengan usia responden tidak erat.

4.4.9 Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Harga

Tabel 4.4.9.

Pendidikan * Harga Crosstabulation

Pendidikan	Harga						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
Tamat SD	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Tamat SMP	1	1 %	7	7 %	7	7 %	15	15 %
Tamat SMU/SMK/MA	12	12 %	19	19 %	20	20 %	51	51 %
Tamat Perguruan Tinggi	7	7 %	17	17 %	10	10 %	34	34 %
Total	20	20 %	43	43 %	37	37 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden tamat SMU/SMK/MA menyatakan setuju terhadap harga sabun mandi yang mereka gunakan yaitu berjumlah 19 responden (19 %), mayoritas responden tamat Perguruan Tinggi menyatakan setuju yaitu sebanyak 17 responden (17 %), kemudian responden tamat SMP mayoritas menyatakan setuju sebanyak 7 responden (7 %). Adapun yang menyatakan sangat setuju mayoritas berpendidikan tamat SMU/SMK/MA yakni sebanyak 20 responden (20 %), diikuti dengan responden berpendidikan tamat Perguruan Tinggi sebanyak 10 responden (10 %), serta responden berpendidikan tamat SMP sebanyak 7 responden (7 %). Sedangkan

responden yang menyatakan tidak setuju terdiri dari 12 responden (12 %) berpendidikan tamat SMU/SMK/MA dan 7 responden (7 %) berpendidikan tamat Perguruan Tinggi, serta 1 responden (1 %) berpendidikan tamat SMP. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap harga sabun mandi yang digunakannya yaitu berjumlah 43 responden atau 43 % dari seluruh responden yang diteliti dilihat dari karakteristik tingkat pendidikannya.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan harga.

H_a = Ada hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan harga.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$, yaitu :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 3,459 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,484. Oleh karena probabilitas $> \alpha$ (prob. 0,484 $>$ 0,05) maka H_0 diterima.

4. Kesimpulan

Ho diterima berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan responden dengan harga sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun tidak dipengaruhi oleh harga sabun mandi berdasarkan perbedaan tingkat pendidikan konsumennya.

4.4.10 Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Kemasan

Tabel 4.4.10.

Tingkat Pendidikan * Kemasan Crosstabulation

Pendidikan	Kemasan						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
Tamat SD	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Tamat SMP	3	3 %	3	3 %	9	9 %	15	15 %
Tamat SMU/SMK/MA	15	15 %	19	19 %	17	17 %	51	51 %
Tamat Perguruan Tinggi	5	5 %	21	21 %	8	8 %	34	34 %
Total	23	23 %	43	43 %	34	34 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden berpendidikan tamat SD yang menyatakan tidak setuju terhadap kemasan sabun mandi yang digunakannya yaitu sebanyak 0 responden (0 %) dan tidak ada seorangpun yang menyatakan setuju maupun sangat setuju. Sedangkan responden yang berpendidikan SMP mayoritas menyatakan setuju maupun tidak setuju yaitu sebanyak 3 responden (3 %), dan yang menyatakan sangat setuju ada 9 responden (9 %). Untuk responden berpendidikan tamat SMU/SMK/MA mayoritas menyatakan setuju sebanyak 19 responden (19 %), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 responden (17 %) dan menyatakan tidak setuju sebanyak 15 responden (15 %). Sedangkan untuk responden

berpendidikan tamat Perguruan Tinggi mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 21 responden (21%), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 responden (8 %) dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 responden (5 %). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap kemasan sabun mandi yang digunakannya yakni sebanyak 43 responden atau 43 % dari seluruh responden yang diteliti, dan mayoritas responden yang diteliti pernah mengenyam pendidikan hingga tamat SMU/SMK/MA yakni sebanyak 51 responden.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan kemasan.

H_a = Ada hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan kemasan.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$, yaitu :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.00 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 11,094 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,026. Oleh karena probabilitas $\leq \alpha$ (prob. 0,026 \leq 0,05) maka H_0 ditolak.

4. Kesimpulan

H_0 ditolak berarti ada hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan responden dengan kemasan sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun dipengaruhi oleh kemasan sabun mandi berdasarkan perbedaan tingkat pendidikan konsumennya.

Analisis Koefisien Kontingensi

Karena hubungan antara tingkat pendidikan dengan kemasan menunjukkan hubungan yang signifikan maka dilakukan analisis Koefisien Kontingensi untuk mengetahui keeratan hubungan kedua variabel tersebut. Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,316. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks.) dapat dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

Dari hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai KK sebesar 0,316 tidak mendekati nilai KK maks yaitu sebesar 0,82. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel tingkat pendidikan dengan kemasan tidak erat

4.4.11 Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Merek

Tabel 4.4.11.

Pendidikan * Merk Crosstabulation

Pendidikan	Merek						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
Tamat SD	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Tamat SMP	6	6 %	4	4 %	5	5 %	15	15 %
Tamat SMU/SMK/MA	10	10 %	22	22 %	19	19 %	51	51 %
Tamat Perguruan Tinggi	4	4 %	17	17 %	13	13 %	34	34 %
Total	20	20 %	43	43 %	37	37 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden berpendidikan tamat SD yang menyatakan setuju terhadap merek sabun mandi yang digunakannya yaitu sebanyak 0 responden (0 %) dan tidak ada seorangpun yang menyatakan sangat setuju maupun tidak setuju. Sedangkan responden yang berpendidikan SMP mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 4 responden (4 %), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 5 responden (5 %), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 responden (6 %). Untuk responden berpendidikan tamat SMU/SMK/MA mayoritas menyatakan setuju sebanyak 22 responden (22 %), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 responden (19 %) dan menyatakan tidak setuju sebanyak 10 responden (10 %). Sedangkan untuk responden berpendidikan tamat Perguruan Tinggi mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 17 responden (17 %), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 responden (13 %) dan yang menyatakan tidak setuju yaitu sebanyak 4 responden (4 %). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas

responden menyatakan setuju terhadap merek sabun mandi yang digunakannya yaitu sebesar 43 responden atau 43 % dari 100 responden yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan merek.

H_a = Ada hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan merek.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$, yaitu :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.00 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 5,545 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,236. Oleh karena probabilitas $> \alpha$ (prob. 0,236 $>$ 0,05) maka H_0 diterima.

4. Kesimpulan

H_0 diterima berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan merek sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat

Pakembinangun tidak dipengaruhi oleh merek dari produk sabun mandi berdasarkan perbedaan tingkat pendidikan konsumennya.

4.4.12 Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Kualitas

Tabel 4.4.12.

Pendidikan * Kualitas Crosstabulation

Pendidikan	Kualitas						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
Tamat SD	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Tamat SMP	3	3 %	0	0 %	12	12 %	15	15 %
Tamat SMU/SMK/MA	13	13 %	28	28 %	10	10 %	51	51 %
Tamat Perguruan Tinggi	7	7 %	15	15 %	12	12 %	34	34 %
Total	23	23 %	43	43 %	34	34 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa tidak ada responden berpendidikan tamat SD menyatakan setuju terhadap kualitas sabun mandi yang digunakannya dan tidak ada responden berpendidikan tamat SD yang menyatakan sangat setuju maupun tidak setuju. Sedangkan responden yang berpendidikan SMP tidak ada yang menyatakan setuju dan untuk yang menyatakan tidak setuju yaitu sebanyak 3 responden (3 %) dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 responden (12 %). Untuk responden berpendidikan tamat SMU/SMK/MA mayoritas menyatakan setuju sebanyak 28 responden (28 %), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 10 responden (10 %) dan menyatakan tidak setuju sebanyak 13 responden (13 %). Sedangkan untuk responden berpendidikan tamat Perguruan Tinggi mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 15 responden (15 %), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 responden (12 %) dan 7 orang responden (7 %) yang menyatakan tidak setuju terhadap kualitas sabun mandi yang mereka gunakan. Dari data tersebut

dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap merek sabun mandi yang digunakannya yaitu sebesar 43 responden atau 43 % dari 100 responden yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan kualitas.

H_a = Ada hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan kualitas.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$, yaitu :

- a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.
- b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.00 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 20,881 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,000. Oleh karena probabilitas $\leq \alpha$ (prob. 0,000 \leq 0,05) maka H_0 ditolak.

4. Kesimpulan

H_0 ditolak berarti ada hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan responden dengan kualitas sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun dipengaruhi oleh kualitas sabun mandi berdasarkan perbedaan tingkat pendidikan konsumennya.

Analisis Koefisien Kontingensi

Karena hubungan antara tingkat pendidikan dengan kualitas menunjukkan hubungan yang signifikan maka dilakukan analisis Koefisien Kontingensi untuk mengetahui keeratan hubungan kedua variabel tersebut. Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,416. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks.) dapat dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

Dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai KK sebesar 0,416 kurang mendekati nilai KK maks yaitu sebesar 0,82. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel tingkat pendidikan dengan kualitas kurang erat..

4.4.13 Hubungan Jenis Pekerjaan dengan Harga

Tabel 4.4.13.

Pekerjaan * Harga Crosstabulation

Pekerjaan	Harga						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
Pelajar/Mahasiswa	8	8 %	9	9 %	6	6 %	23	23 %
Pegawai Negeri	5	5 %	13	13 %	16	16 %	34	34 %
Pegawai Swasta/Wiraswasta	7	7 %	21	21 %	15	15 %	43	43 %
Lain-lain	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Total	20	20 %	43	43 %	37	37 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berprofesi sebagai pelajar/Mahasiswa menyatakan setuju terhadap harga sabun mandi yang digunakannya berdasarkan jenis pekerjaan mereka yaitu sebanyak 9 responden (9 %), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 6 responden (6 %), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 8 responden (8 %). Untuk responden yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 13 responden (13 %), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16 responden (16 %), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 responden (5 %). Untuk responden yang berprofesi sebagai Pegawai Swasta/Wiraswasta mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 21 responden (21 %), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 responden (15 %), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 responden (7 %). Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap harga sabun mandi yang mereka gunakan yakni sebanyak 43 responden atau 43 % dari seluruh responden yang diteliti, dan mayoritas responden yang diteliti berprofesi sebagai pegawai swasta/wiraswasta yakni sebanyak 43% dari 100 responden yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

Ho = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pekerjaan dengan harga.

H_a = Ada hubungan yang signifikan antara pekerjaan dengan harga.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$, yaitu :

- a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.
- b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 5,610 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,230. Oleh karena probabilitas $> \alpha$ (prob. 0,230 $>$ 0,05) maka H_0 diterima.

4. Kesimpulan

H_0 diterima berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara jenis pekerjaan responden dengan harga sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun tidak dipengaruhi oleh harga sabun mandi berdasarkan perbedaan jenis pekerjaan konsumennya.

4.4.14 Hubungan Jenis Pekerjaan dengan Kemasan

Tabel 4.4.14.

Pekerjaan * Kemasan Crosstabulation

Pekerjaan	Kemasan						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
Pelajar/Mahasiswa	4	4 %	10	10 %	9	9 %	23	23 %
Pegawai Negeri	4	4 %	16	16 %	14	14 %	34	34 %
Pegawai Swasta/Wiraswasta	15	15 %	17	17 %	11	11 %	43	43 %
Lain-lain	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Total	23	23 %	43	43 %	34	34 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berprofesi sebagai Pelajar/Mahasiswa menyatakan setuju terhadap kemasan sabun mandi yang digunakannya berdasarkan jenis pekerjaan mereka yaitu sebanyak 10 responden (10 %), sedang yang menyatakan sangat setuju sebanyak 9 responden (9 %) dan yang menyatakan tidak setuju berjumlah 4 responden (4 %). Untuk responden yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 16 responden (16 %), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 responden (14 %), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 responden (4 %). Untuk responden yang berprofesi sebagai Pegawai Swasta/Wiraswasta mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 17 responden (17 %), sedang yang menyatakan sangat setuju berjumlah 11 responden (11 %), dan yang menyatakan tidak setuju berjumlah 15 responden (15 %).

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pekerjaan dengan kemasan.

H_a = Ada hubungan yang signifikan antara pekerjaan dengan kemasan.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$, yaitu :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 6,662 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,155. Oleh karena probabilitas $> \alpha$ (prob. 0,155 $>$ 0,05) maka H_0 diterima.

4. Kesimpulan

H_0 diterima berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara jenis pekerjaan responden dengan kemasan sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun tidak dipengaruhi oleh kemasan sabun mandi berdasarkan perbedaan jenis pekerjaan konsumennya.

4.4.15 Hubungan Jenis Pekerjaan dengan Merek

Tabel 4.4.15.

Pekerjaan * Merk Crosstabulation

Pekerjaan	Merek						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
Pelajar/Mahasiswa	4	4 %	9	9 %	10	10 %	23	23 %
Pegawai Negeri	3	3 %	12	12 %	19	19 %	34	34 %
Pegawai Swasta/Wiraswasta	13	13 %	22	22 %	8	8 %	43	43 %
Lain-lain	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Total	20	20 %	43	43 %	37	37 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden yang berprofesi sebagai Pelajar/Mahasiswa menyatakan setuju terhadap merek sabun mandi yang digunakannya yaitu berjumlah 9 responden (9 %), sedang yang menyatakan sangat setuju sebanyak 10 responden (10 %), dan

yang menyatakan tidak setuju berjumlah 4 responden (4 %). Untuk responden berprofesi sebagai Pegawai Negeri mayoritas menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 19 responden (19 %), sedang yang menyatakan setuju sebanyak 12 responden (12 %), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 responden (3 %). Untuk responden berprofesi sebagai Pegawai Swasta/Wiraswasta mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 22 responden (22 %), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 responden (8 %), dan yang menyatakan tidak setuju berjumlah 13 responden. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap merek sabun mandi yang mereka gunakan yaitu berjumlah 43 responden atau 43 % dari seluruh responden yang diteliti, dan mayoritas responden yang diteliti berprofesi sebagai pegawai swasta/wiraswasta.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis pekerjaan dengan merek.

H_a = Ada hubungan yang signifikan antara jenis pekerjaan dengan merek.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5\%$,

yaitu :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 13,139 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,011. Oleh karena probabilitas $\leq \alpha$ (prob. 0,011 \leq 0,05) maka H_0 ditolak.

4. Kesimpulan

H_0 ditolak berarti ada hubungan yang signifikan antara jenis pekerjaan responden dengan merek sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun dipengaruhi oleh merek sabun mandi berdasarkan perbedaan jenis pekerjaan konsumennya.

Analisis Koefisien Kontingensi

Berhubung kedua variabel yaitu jenis pekerjaan dan merek memiliki hubungan yang signifikan maka dicari keeratan hubungan kedua variabel tersebut dengan analisis Koefisien Kontingensi. Dari hubungan kedua variabel tersebut dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,341 (terlampir). Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks.) dapat dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0.82$$

Dari hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai KK sebesar 0,341 tidak mendekati nilai KK maks yaitu sebesar 0,82. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel merek dengan jenis pekerjaan tidak erat.

4.4.16 Hubungan Jenis Pekerjaan dengan Kualitas

Tabel 4.4.16.

Pekerjaan * Kualitas Crosstabulation

Pekerjaan	Kualitas						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jmi	%
Pelajar/Mahasiswa	2	2 %	12	12 %	9	9 %	23	23 %
Pegawai Negeri	4	4 %	19	19 %	11	11 %	34	34 %
Pegawai Swasta/Wiraswasta	17	17 %	12	12 %	14	14 %	43	43 %
Lain-lain	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Total	23	23 %	43	43 %	34	34 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden yang berprofesi sebagai Pelajar/Mahasiswa menyatakan setuju terhadap kualitas sabun mandi yang digunakannya yaitu berjumlah 12 responden (12 %), sedang yang menyatakan sangat setuju sebanyak 9 responden (9 %), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden (2 %). Untuk responden yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 19 responden (19 %), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 responden (11 %), dan 4 responden menyatakan tidak setuju. Untuk responden yang berprofesi sebagai Pegawai Swasta/Wiraswasta mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 12 responden (12 %), sedang yang menyatakan sangat setuju berjumlah 14

responden (14 %), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 17 responden. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap kualitas sabun mandi yang mereka gunakan yaitu berjumlah 43 responden atau 43 % dari seluruh responden yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

Ho = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis pekerjaan dengan kualitas.

Ha = Ada hubungan yang signifikan antara jenis pekerjaan dengan kualitas.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5\%$, yaitu :

- a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak.
- b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 13,295 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,010. Oleh karena probabilitas $\leq \alpha$ (prob. 0,010 \leq 0,05) maka Ho ditolak.

4. Kesimpulan

Ho ditolak berarti ada hubungan yang signifikan antara jenis pekerjaan responden dengan kualitas sabun mandi. Dengan demikian dapat

diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun dipengaruhi oleh kualitas sabun mandi berdasarkan perbedaan jenis pekerjaan konsumennya.

Analisis Koefisien Kontingensi

Berhubung kedua variabel yaitu jenis pekerjaan dan kualitas memiliki hubungan yang signifikan maka dicari keeratan hubungan kedua variabel tersebut dengan analisis Koefisien Kontingensi. Dari hubungan kedua variabel tersebut dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,343 (terlampir). Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks.) dapat dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

Dari hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai KK sebesar 0,343 tidak mendekati harga KK maks yaitu sebesar 0,82. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel kualitas dengan pekerjaan responden tidak erat.

4.4.17. Hubungan Tingkat Penghasilan dengan Harga

Tabel 4.4.17.

Penghasilan * Harga Crosstabulation

Penghasilan	Harga						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
≤ Rp. 500.000	8	8 %	13	13 %	7	7 %	28	28 %
Rp.500.000 s/d Rp.1.000.000	8	8 %	10	10 %	17	17 %	35	35%
Rp.1.000.000 s/d Rp.1.500.000	3	3 %	11	11 %	8	8 %	22	22%
> Rp.1.500.000	1	1 %	9	9 %	5	5 %	15	15%
Total	20	20 %	43	43 %	37	37 %	100	100%

Tabel di atas menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik tingkat penghasilan, responden yang berpenghasilan di bawah Rp. 500.000 mayoritas menyatakan setuju terhadap kemasan sabun mandi yang digunakannya yaitu sebanyak 13 responden (13 %), sedangkan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 7 responden (7 %) dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 8 responden. Untuk responden berpenghasilan antara Rp.500.000 hingga Rp.1.000.000 mayoritas menyatakan setuju yaitu berjumlah 10 responden (10 %), kemudian yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 responden (17 %), sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 8 responden (8 %). Untuk responden berpenghasilan antara Rp. 1.000.000 hingga Rp.1.500.000 mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 11 responden (11 %), kemudian yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 responden (8 %) dan 3 responden menyatakan tidak setuju. Sedangkan untuk responden yang berpenghasilan di atas Rp. 1.500.000 mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 9

responden (9%), kemudian yang menyatakan sangat setuju sebanyak 5 responden (5 %), dan 1 responden menyatakan tidak setuju. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap harga sabun mandi yang mereka gunakan dilihat dari karakteristik tingkat penghasilannya yakni berjumlah 43 responden atau 43% dari seluruh responden yang diteliti, dan mayoritas responden yang diteliti berpenghasilan antara Rp. 500.000 sampai dengan Rp. 1.000.000.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat penghasilan dengan harga.

H_a = Ada hubungan yang signifikan antara tingkat penghasilan dengan harga.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$, yaitu :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 8,393 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,211. Oleh karena probabilitas $> \alpha$ (prob. 0,211 $>$ 0,05) maka H_0 diterima.

4. Kesimpulan

Ho diterima berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat penghasilan responden dengan harga sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun tidak dipengaruhi oleh harga sabun mandi berdasarkan perbedaan jenis pekerjaan konsumennya.

4.4.18. Hubungan Tingkat Penghasilan dengan Kemasan

Tabel 4.4.18.

Penghasilan * Kemasan Crosstabulation

Penghasilan	Kemasan						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
≤ Rp. 500.000	5	5 %	12	12 %	11	11 %	28	28 %
Rp.500.000 s/d Rp.1.000.000	5	5 %	14	14 %	16	16 %	35	35 %
Rp.1.000.000 s/d Rp.1.500.000	7	7 %	9	9 %	6	6 %	22	22 %
> Rp.1.500.000	6	6 %	8	8 %	1	1 %	15	15 %
Total	23	23 %	43	43 %	34	34 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik tingkat penghasilan, responden yang berpenghasilan di bawah Rp. 500.000 mayoritas menyatakan setuju terhadap kemasan sabun mandi yang digunakannya yaitu sebanyak 12 responden (12 %), sedang yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 responden (11 %) dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 responden (5 %). Untuk responden berpenghasilan antara Rp.500.000 hingga Rp.1.000.000 mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 14 responden (14 %), kemudian yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16 responden (16 %), sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 responden (5 %). Untuk responden

berpenghasilan antara Rp. 1.000.000 hingga Rp.1.500.000 mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 9 responden (9 %), kemudian yang menyatakan sangat setuju sebanyak 6 responden (6 %) dan 7 responden menyatakan tidak setuju (7 %). Sedangkan untuk responden yang berpenghasilan di atas Rp. 1.500.000 mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 8 responden (8 %), kemudian yang menyatakan sangat setuju sebanyak 1 responden (1 %), dan 6 responden menyatakan tidak setuju. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap kemasan sabun mandi yang digunakannya dilihat dari karakteristik tingkat penghasilannya yaitu berjumlah 43 responden atau 43% dari seluruh responden yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat penghasilan dengan kemasan.

H_a = Ada hubungan yang signifikan antara tingkat penghasilan dengan kemasan.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$, yaitu :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 9,806 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,133. Oleh karena probabilitas $> \alpha$ (prob. 0,133 $>$ 0,05) maka H_0 diterima.

4. Kesimpulan

H_0 diterima berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat penghasilan responden dengan kemasan sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun tidak dipengaruhi oleh kemasan sabun mandi berdasarkan perbedaan jenis pekerjaan konsumennya.

4.4.19. Hubungan Tingkat Penghasilan dengan Merek

Tabel 4.4.19.

Penghasilan * Merk Crosstabulation

Penghasilan	Merek						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
≤ Rp. 500.000	11	11 %	10	10 %	7	7 %	28	28 %
Rp. 500.000 s/d Rp. 1.000.000	3	3 %	12	12 %	20	20 %	35	35 %
Rp. 1.000.000 s/d Rp. 1.500.000	3	3 %	11	11 %	8	8 %	22	22 %
> Rp. 1.500.000	3	3 %	10	10 %	2	2 %	15	15 %
Total	20	20 %	43	43 %	37	37 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik tingkat penghasilan, responden yang berpenghasilan di bawah Rp. 500.000 mayoritas menyatakan setuju terhadap merek sabun mandi yang digunakannya yaitu sebanyak 10 responden (10 %), sedangkan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 7 responden (7 %) dan yang

menyatakan tidak setuju sebanyak 11 responden (11 %). Untuk responden berpenghasilan antara Rp.500.000 hingga Rp.1.000.000 mayoritas menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 20 responden (20 %), kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 12 responden (12 %), sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 responden. Untuk responden berpenghasilan antara Rp. 1.000.000 hingga Rp.1.500.000 mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 11 responden (11 %), kemudian yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 responden (8 %) dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 responden. Sedangkan untuk responden yang berpenghasilan di atas Rp. 1.500.000 mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 10 responden (10 %), kemudian yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 responden (2 %), dan 3 responden menyatakan tidak setuju. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap merek sabun mandi yang digunakannya dilihat dari karakteristik tingkat penghasilannya yaitu berjumlah 43 responden atau 43% dari seluruh responden yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat penghasilan dengan merek.

H_a = Ada hubungan yang signifikan antara tingkat penghasilan dengan merek.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5\%$, yaitu :

- a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.
- b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 18,308 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,006. Oleh karena probabilitas $\leq \alpha$ (prob. $0,006 \leq 0,05$) maka H_0 ditolak.

4. Kesimpulan

H_0 ditolak berarti ada hubungan yang signifikan antara tingkat penghasilan responden dengan merek sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun dipengaruhi oleh merek sabun mandi berdasarkan perbedaan jenis pekerjaannya.

Analisis Koefisien Kontingensi

Berhubung kedua variabel yaitu tingkat penghasilan dan merek memiliki hubungan yang signifikan maka dicari keeratan hubungan kedua variabel tersebut dengan analisis Koefisien Kontingensi. Dari hubungan kedua variabel tersebut dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,393 (terlampir). Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks.) dapat dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

Dari hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai KK sebesar 0,393 tidak mendekati nilai Kk maks yaitu sebesar 0,82. dengan demikian hubungan antara variabel merek dengan tingkat penghasilan responden tidak erat.

4.4.20. Hubungan Tingkat Penghasilan dengan Kualitas

Tabel 4.4.20.

Penghasilan * Kualitas Crosstabulation

Penghasilan	Kualitas						Total	
	TS	%	S	%	SS	%	Jml	%
< Rp. 500.000	12	12 %	7	7 %	9	9 %	28	28 %
Rp.500.000 s/d Rp.1.000.000	3	3 %	22	22 %	10	10 %	35	35 %
Rp.1.000.000 s/d Rp.1.500.000	6	6 %	9	9 %	7	7 %	22	22 %
> Rp.1.500.000	2	2 %	5	5 %	8	8 %	15	15 %
Total	23	23 %	43	43 %	34	34 %	100	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik tingkat penghasilan, responden yang berpenghasilan di bawah Rp. 500.000 mayoritas menyatakan setuju terhadap kualitas sabun mandi yang digunakannya yaitu sebanyak 7 responden (7 %), sedangkan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 9 responden (9 %) dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 responden (12 %). Untuk responden berpenghasilan antara Rp.500.000 hingga Rp.1.000.000 mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 22 responden (22 %), kemudian yang

menyatakan sangat setuju sebanyak 10 responden (10 %), sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 responden. Untuk responden berpenghasilan antara Rp. 1.000.000 hingga Rp.1.500.000 mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 9 responden (9 %), kemudian yang menyatakan sangat setuju sebanyak 7 responden (7 %) dan 6 responden menyatakan tidak setuju. Sedangkan untuk responden yang berpenghasilan di atas Rp. 1.500.000 mayoritas menyatakan setuju yaitu sebanyak 5 responden (5 %), kemudian yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 responden (8 %), dan 2 responden menyatakan tidak setuju. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap kualitas sabun mandi yang mereka gunakan yakni sebanyak 43 responden atau 43 % dari seluruh responden yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang diuji

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat penghasilan dengan kualitas.

H_a = Ada hubungan yang signifikan antara tingkat penghasilan dengan kualitas.

2. Ketentuan pengambilan keputusan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$,

yaitu :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak.

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima.

3. Pengujian :

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 didapat nilai χ^2 hitung sebesar 16,431 (terlampir) dengan probabilitas sebesar 0,012. Oleh karena probabilitas $\leq \alpha$ (prob. $0,012 \leq 0,05$) maka H_0 ditolak.

4. Kesimpulan

H_0 ditolak berarti ada hubungan yang signifikan antara tingkat penghasilan responden dengan kualitas sabun mandi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pembelian sabun mandi oleh masyarakat Pakembinangun dipengaruhi oleh kualitas sabun mandi berdasarkan perbedaan tingkat penghasilan konsumennya.

Analisis Koefisien Kontingensi

Berhubung kedua variabel yaitu tingkat penghasilan dan kualitas memiliki hubungan yang signifikan maka dicari keeratan hubungan kedua variabel tersebut dengan analisis Koefisien Kontingensi. Dari hubungan kedua variabel tersebut dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,376 (terlampir). Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks.) dapat dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

Dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai KK sebesar 0,376 tidak mendekati nilai KK maks sebesar 0,82. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel kualitas dengan tingkat penghasilan tidak erat.

Hasil analisis data secara statistika di atas secara singkat dapat di rangkum dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.4.21
Rangkuman Hubungan Variabel Karakteristik Konsumen
dan Variabel Atribut Produk

No.	Karakteristik Responden	Variabel Atribut Produk	Sign.	Hubungan
1.	Jenis Kelamin	Harga	0,596	Tidak signifikan
		Kemasan	0,338	Tidak Signifikan
		Merek	0,059	Tidak Signifikan
		Kualitas	0,697	Tidak Signifikan
2.	Usia	Harga	0,922	Tidak Signifikan
		Kemasan	0,012	Signifikan
		Merek	0,224	Tidak Signifikan
		Kualitas	0,043	Signifikan
3.	Pendidikan	Harga	0,484	Tidak Signifikan
		Kemasan	0,026	Signifikan
		Merek	0,236	Tidak Signifikan
		Kualitas	0,000	Signifikan
4.	Pekerjaan	Harga	0,230	Tidak Signifikan
		Kemasan	0,155	Tidak Signifikan
		Merek	0,011	Signifikan
		Kualitas	0,010	Signifikan
5.	Penghasilan	Harga	0,211	Tidak Signifikan
		Kemasan	0,133	Tidak Signifikan
		Merek	0,006	Signifikan
		Kualitas	0,012	Signifikan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis kuantitatif dengan menggunakan Chi Square dan Koefisien Kontingensi tentang analisis karakteristik responden terhadap atribut produk sabun mandi yang dilakukan pada konsumen di Kelurahan Pakembinangun, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik responden menurut jenis kelaminnya menunjukkan bahwa konsumen di Kelurahan Pakembinangun yang membeli sabun mandi relatif sama baik yang berjenis kelamin pria maupun wanita.
2. Berdasarkan karakteristik usia responden menunjukkan bahwa mayoritas konsumen kelurahan Pakembinangun yang membeli sabun mandi berusia 21 tahun hingga 35 tahun.
3. Berdasarkan karakteristik pendidikan responden dapat diketahui bahwa sebagian konsumen yang membeli sabun mandi didominasi oleh konsumen yang telah menyelesaikan tingkat pendidikan hingga SMU/SMA/MA.
4. Berdasarkan karakteristik pekerjaan dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen kelurahan Pakembinangun yang membeli sabun mandi berprofesi sebagai pegawai swasta atau wiraswasta.

5. Berdasarkan karakteristik penghasilan setiap bulannya dapat diketahui bahwa sebagian masyarakat kelurahan Pakembinangun berpenghasilan Rp.500.000 hingga Rp.1.000.000.
6. Berdasarkan hasil perhitungan kuantitatif dengan menggunakan program aplikasi komputer SPSS versi 10.00 untuk melakukan uji Chi Square dan perhitungan Koefisien Kontingensi terhadap hasil yang berpengaruh secara signifikan dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. Terdapat hubungan yang signifikan antara usia responden dengan atribut kemasan sabun mandi (χ^2 hitung = 12,768 dengan probabilitas 0,012 lebih kecil dibanding $\alpha = 5\%$, harga KK = 0,336, Kkmaks = 0,82, hubungan tidak erat).
 - b. Terdapat hubungan yang signifikan antara usia responden dengan atribut kualitas sabun mandi (χ^2 hitung = 9,843 dengan probabilitas 0,043 lebih kecil dibanding $\alpha = 5\%$, harga KK = 0,299, Kkmaks = 0,82, hubungan tidak erat).
 - c. Terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan responden dengan atribut kemasan sabun mandi (χ^2 hitung = 11,094 dengan probabilitas 0,026 lebih kecil dibanding $\alpha = 5\%$, harga KK = 0,316, Kkmaks = 0,82, hubungan tidak erat).
 - d. Terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan responden dengan atribut kualitas sabun mandi (χ^2 hitung = 20,881 dengan probabilitas 0,000 lebih kecil dibanding $\alpha = 5\%$, harga KK = 0,416, Kkmaks = 0,82, hubungan tidak erat).

- e. Terdapat hubungan yang signifikan antara pekerjaan responden dengan atribut merek sabun mandi (χ^2 hitung = 13,139 dengan probabilitas 0,011 lebih kecil dibanding $\alpha = 5\%$, harga KK = 0,341, Kkmaks = 0,82, hubungan tidak erat).
- f. Terdapat hubungan yang signifikan antara pekerjaan responden dengan atribut kualitas sabun mandi (χ^2 hitung = 13,295 dengan probabilitas 0,010 lebih kecil dibanding $\alpha = 5\%$, harga KK = 0,343, Kkmaks = 0,82, hubungan tidak erat).
- g. Terdapat hubungan yang signifikan antara penghasilan responden dengan atribut merek sabun mandi (χ^2 hitung = 18,308 dengan probabilitas 0,006 lebih kecil dibanding $\alpha = 5\%$, harga KK = 0,393, Kkmaks = 0,82, hubungan tidak erat).
- h. Terdapat hubungan yang signifikan antara penghasilan responden dengan atribut kualitas sabun mandi (χ^2 hitung = 16,431 dengan probabilitas 0,012 lebih kecil dibanding $\alpha = 5\%$, harga KK = 0,376, Kkmaks = 0,82, hubungan tidak erat).

Dari hasil perhitungan Kai Kuadrat di atas dapat diketahui bahwa ada hubungan yang signifikan antara atribut kualitas berdasarkan karakteristik usia, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan. Dengan demikian hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas merupakan atribut yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen di kelurahan Pakembinangun dalam membeli sabun mandi dinyatakan dapat diterima.

7. Berdasarkan hasil perhitungan kuantitatif dengan menggunakan program aplikasi komputer SPSS versi 10.00 untuk melakukan uji Chi Square terdapat hasil yang tidak berpengaruh secara signifikan dapat disimpulkan sebagai berikut:
- a. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin responden dengan atribut harga sabun mandi (χ^2 hitung = 1,036 dengan probabilitas 0,596 lebih besar dibandingkan $\alpha = 5\%$).
 - b. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin responden dengan kemasan sabun mandi (χ^2 hitung = 2,169 dengan probabilitas 0,338 lebih besar dibandingkan $\alpha = 5\%$).
 - c. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin responden dengan merek sabun mandi (χ^2 hitung = 5,652 dengan probabilitas 0,059 lebih besar dibandingkan $\alpha = 5\%$).
 - d. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin responden dengan kualitas sabun mandi (χ^2 hitung = 0,723 dengan probabilitas 0,697 lebih besar dibandingkan $\alpha = 5\%$).
 - e. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia responden dengan harga sabun mandi (χ^2 hitung = 0,921 dengan probabilitas 0,922 lebih besar dibandingkan $\alpha = 5\%$).
 - f. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia responden dengan merek sabun mandi (χ^2 hitung = 5,679 dengan probabilitas 0,224 lebih besar dibandingkan $\alpha = 5\%$).

- g. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan responden dengan harga sabun mandi (χ^2 hitung = 3,459 dengan probabilitas 0,484 lebih besar dibandingkan $\alpha = 5\%$).
- h. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan responden dengan merek sabun mandi (χ^2 hitung = 5,545 dengan probabilitas 0,236 lebih besar dibandingkan $\alpha = 5\%$).
- i. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis pekerjaan responden dengan harga sabun mandi (χ^2 hitung = 5,610 dengan probabilitas 0,230 lebih besar dibandingkan $\alpha = 5\%$).
- j. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis pekerjaan responden dengan kemasan sabun mandi (χ^2 hitung = 6,662 dengan probabilitas 0,155 lebih besar dibandingkan $\alpha = 5\%$).
- k. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat penghasilan responden dengan harga sabun mandi (χ^2 hitung = 8,393 dengan probabilitas 0,211 lebih besar dibandingkan $\alpha = 5\%$).
- l. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat penghasilan responden dengan kemasan sabun mandi (χ^2 hitung = 9,806 dengan probabilitas 0,133 lebih besar dibandingkan $\alpha = 5\%$).

5.2. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian sabun mandi di daerah kelurahan Pakembingun Sleman maka peneliti memberikan saran-saran kepada perusahaan sebagai berikut :

1. Adanya hubungan yang signifikan antara kualitas, merek, dan kemasan terhadap sebagian besar karakteristik konsumen alangkah baiknya perusahaan :
 - a. Mempertahankan kualitas produk sabun mandi yang selama ini diproduksi.
 - b. Mempertahankan posisi ekuitas mereknya di pasar sabun mandi terutama di mata konsumennya.
 - c. Mempertahankan kualitas kemasan baik desain, bahan, dan daya tahan kemasan agar tetap mendapatkan simpati dari pelanggannya.
2. Walaupun tidak ada hubungan yang signifikan antara harga terhadap sebagian besar karakteristik responden, alangkah baiknya perusahaan menetapkan harga dengan baik dalam artian harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk, kualitas kemasan, maupun posisi merek produk sabun mandi yang dihasilkannya.