

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Kuantitatif

4.1.1 Analisis Validitas dan Reliabilitas

Angket ini sebelum digunakan untuk mendapatkan data penelitian harus dilakukan pengujian instrumen (*try out*). Uji coba (*try out*) dilakukan untuk mendapatkan instrumen yang valid dan reliabel. Uji coba ini diberikan kepada 30 orang responden penelitian. Setelah data dari 30 orang responden tersebut dikumpulkan kemudian diadakan analisis untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen.

a. Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Jadi tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran yang dimaksud. Uji validitas digunakan untuk menguji seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurnya atau telah benar-benar dapat mencerminkan variabel yang diukur.

Hasil pengujian validitas dengan bantuan program SPSS yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam uji validitas ini adalah teknik korelasi *product moment*.

Item dinyatakan valid apabila korelasi (r) positif dan signifikan. Hasil pengujian validitas dirangkum pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Belief

Variabel	R Pearson	r-tabel	Kesimpulan
Produk	0,480 s.d. 0,797	0,3061	Semua item valid
Harga	0,473 s.d. 0,782	0,3061	Semua item valid
Promosi	0,591 s.d. 0,814	0,3061	Semua item valid
Distribusi	0,766 s.d. 0,817	0,3061	Semua item valid

Sumber : Lampiran 3

Dari rangkuman hasil uji validitas di atas dinyatakan bahwa semua item pada semua variabel belief adalah valid/sahih.

Hasil pengujian validitas untuk variabel-variabel evaluasi dirangkum pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Evaluasi

Variabel	R Pearson	r-tabel	Kesimpulan
Produk	0,619 s.d. 0,713	0,3061	Semua item valid
Harga	0,634 s.d. 0,828	0,3061	Semua item valid
Promosi	0,786 s.d. 0,884	0,3061	Semua item valid
Distribusi	0,756 s.d. 0,932	0,3061	Semua item valid

Sumber : Lampiran 3

Dari rangkuman hasil uji validitas di atas dinyatakan bahwa semua item pada semua variabel evaluasi adalah valid/sahih.

b. Uji Reliabilitas

Untuk mendapatkan reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus alpha, karena instrumen yang digunakan memiliki skor yang berskala yaitu skala 1 sampai 4.

Tabel 4.3

Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen

Variabel	Alpha Belief	Alpha Evaluasi	r-tabel	Kesimpulan
Produk	0,6178	0,7337	0,3061	Reliabel
Harga	0,6530	0,7180	0,3061	Reliabel
Promosi	0,6266	0,8756	0,3061	Reliabel
Distribusi	0,6911	0,8324	0,3061	Reliabel

Sumber : Lampiran 3

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas alpha sebesar 0,6178 untuk variabel Produk pada belief. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,3061, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Produk pada belief merupakan pertanyaan yang reliabel.

Sedangkan untuk koefisien alpha variabel Harga pada belief sebesar 0,6530. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,3061, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Harga pada belief merupakan pertanyaan yang reliabel.

Untuk variabel Promosi pada belief, besarnya koefisien alpha adalah 0,6266. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,3061. maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Promosi pada belief merupakan pertanyaan yang reliabel.

Sedangkan untuk variabel Distribusi pada belief besarnya koefisien Alpha 0,6911. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,3061. Maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Distribusi pada belief merupakan pertanyaan yang reliabel.

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas alpha sebesar 0,7337 untuk variabel Produk pada evaluasi. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,3061, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Produk pada evaluasi merupakan pertanyaan yang reliabel.

Sedangkan untuk koefisien alpha variabel Harga pada evaluasi sebesar 0,7180. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,3061, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Harga pada evaluasi merupakan pertanyaan yang reliabel.

Untuk variabel Promosi pada evaluasi, besarnya koefisien alpha adalah 0,8756. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien

alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,3061. Maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Promosi pada evaluasi merupakan pertanyaan yang reliabel.

Sedangkan untuk variabel Distribusi pada evaluasi besarnya koefisien Alpha 0,8324. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,3061. Maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Distribusi pada evaluasi merupakan pertanyaan yang reliabel.

Dari hasil analisis reliabilitas diatas dapat diartikan bahwa secara menyeluruh quisioner yang digunakan dalam penelitian ini telah dinyatakan reliabel atau andal.

4.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini akan menguraikan mengenai karakteristik responden dan kecenderungan responden dalam menanggapi terhadap atribut keputusan pembelian dalam penelitian ini. Karakteristik responden ini terdiri dari tiga karakteristik yaitu : jenis kelamin, program studi yang ditempuh dan besarnya uang saku yang diterima setiap bulan. Hasil analisisnya berikut ini.

4.2.1. Karakteristik Responden

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terbagi menjadi jenis kelamin pria dan wanita. Hasil selengkapnya disajikan dalam tabel 4.4. berikut ini.

Tabel 4.4
Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1.	Laki-laki	32	32%
2.	Perempuan	68	68%
	Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki ada sebanyak 32 orang atau sebesar 32% dari total jumlah responden. Responden perempuan sebanyak 68 orang responden atau sebesar 68% dari total jumlah responden.

2. Berdasarkan Program Studi yang Ditempuh

Karakteristik responden berdasarkan program studi yang ditempuh terdiri tiga pilihan yaitu jurusan manajemen, jurusan akuntansi dan jurusan ekonomi pembangunan. Hasil selengkapnya disajikan dalam tabel 4.5. berikut ini.

Tabel 4.5
Berdasarkan Program Studi yang Ditempuh

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Manajemen	49	49%
2.	Akuntansi	34	34%
3.	Ekonomi Pembangunan	17	17%
	Total	100	100%

Dari tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa responden yang memilih jurusan manajemen ada sebanyak 49 orang atau sebesar 49% dari total jumlah responden. Responden yang memilih jurusan akuntansi ada sebanyak 34 orang responden atau sebesar 34% dari total jumlah responden. Sedangkan responden yang memiliki memilih jurusan Ekonomi Pembangunan ada sebanyak 17 orang atau ada sebanyak 17% dari total responden.

c. Besarnya Uang Saku Setiap Bulan

Karakteristik responden berdasarkan besarnya uang saku setiap bulan terbagi menjadi tiga kelompok yaitu kelompok besarnya pemberian uang saku dibawah Rp 500.000, kelompok besarnya pemberian uang saku antara Rp 500.000 sampai dengan Rp 1.000.000, dan kelompok besarnya pemberian uang saku diatas Rp 1.000.000, hasil selengkapnya disajikan pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6

Berdasarkan Besarnya Uang Saku Tiap Bulan

Karakteristik	Frekuensi	Prosentase
Kurang dari Rp 500.000	26	26%
Antara Rp 500.000 - Rp 1.000.000	51	51%
Lebih dari Rp 1.000.000	23	23%
Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Dari tabel 4.6 yang disajikan di atas terbukti bahwa mayoritas responden mendapat uang saku yang besarnya antara Rp 500.000 sampai dengan Rp 1.000.000 ada sebanyak 51 orang (51%). Responden yang besarnya uang saku diatas Rp 1.000.000 tiap bulannya, yaitu ada sebanyak 23 orang responden (23%). Sedangkan responden yang mendapatkan uang saku tiap bulan yang besarnya dibawah Rp 500.000 adalah sebanyak 26 orang (26%).

4.2.2. Tanggapan Responden terhadap Variable Marketing Mix

1. Variabel Produk

a. Hand Phone Samsung memiliki kualitas yang baik

Tanggapan responden terhadap atribut produk dalam item pertama yaitu Hand Phone Samsung memiliki kualitas yang baik disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.7

Hand Phone Samsung Memiliki Kualitas Yang Baik

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	64	64%
2.	Setuju	20	20%
3.	Tidak Setuju	16	16%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Dari tabel 4.7 diketahui bahwa tanggapan responden terhadap handphone Samsung memiliki kualitas yang baik mayoritas adalah

sangat baik, yaitu ada sebanyak 64 orang (64%). Lainnya yang menanggapi setuju ada 20 orang (20%), tidak setuju 16 orang (16%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju (0%).

b. Hand Phone Samsung memiliki design yang menarik

Tanggapan responden terhadap atribut produk dalam item kedua yaitu Hand Phone Samsung memiliki design yang menarik disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.8
Hand Phone Samsung Memiliki Design Yang Menarik

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	64	64%
2.	Setuju	20	20%
3.	Tidak Setuju	16	16%
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Dari tabel 4.8 diketahui bahwa tanggapan responden terhadap hand phone Samsung memiliki design yang menarik mayoritas adalah sangat baik, yaitu ada sebanyak 64 orang (64%). Lainnya yang menanggapi setuju ada 20 orang (20%), tidak setuju 16 orang (16%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju (0%).

c. Hand Phone Samsung mempunyai banyak jenis/tipe

Tanggapan responden terhadap atribut produk mengenai Hand Phone Samsung mempunyai banyak tipe/jenis disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.9
Hand Phone Samsung Mempunyai Banyak Jenis/Tipe

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	49	49%
2.	Setuju	47	47%
3.	Tidak Setuju	4	4%
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Dari table 4.9 diketahui bahwa tanggapan responden terhadap hand phone Samsung mempunyai banyak jenis mayoritas disetujui oleh responden. Ada sebanyak 49% responden yang menjawab sangat Setuju dan ada 47% yang menjawab setuju. Sisanya ada 4 responden yang menjawab tidak setuju (4%).

d. Hand Phone Samsung mudah dioperasikan

Tanggapan responden terhadap atribut produk mengenai Hand Phone Samsung mudah dioperasikan disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.10
Hand Phone Samsung Mudah Dioperasikan

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	58	58%
2.	Setuju	40	40%
3.	Tidak Setuju	2	2%
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Dari table 4.10 diketahui bahwa tanggapan responden mengenai hand phone Samsung mudah dioperasikan mayoritas disetujui oleh responden. Ada sebanyak 58 responden yang menjawab sangat setuju (58%, dan ada sebanyak 40 responden (40%) yang menjawab setuju. Sisanya ada 2 orang yang menjawab tidak setuju (2%).

e. Dalam membeli hand phone selalu membandingkan kelebihan Samsung dengan merk lain.

Tanggapan responden terhadap atribut produk yaitu dalam membeli hand phone selalu membandingkan kelebihan Samsung dengan merk lain disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.11

Dalam Membeli Hand Phone Selalu Membandingkan Kelebihan Samsung Dengan Merk Lain

No	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	48	48%
2.	Setuju	48	48%
3.	Tidak Setuju	4	2%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Dari tabel 4.11 diketahui bahwa tanggapan responden mayoritas adalah menyetujui, yaitu ada sebanyak 48 orang (48%) yang sangat menyetujui, dan ada 48% juga yang menjawab setuju. Sisanya ada 4 orang (2%) yang menjawab tidak setuju.

2. Variabel Harga

a. Harga Hand Phone Samsung Terjangkau

Tanggapan responden terhadap atribut harga mengenai harga hand phone Samsung terjangkau disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.12

Harga Hand Phone Samsung Terjangkau

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	69	69%
2.	Setuju	25	25%
3.	Tidak Setuju	6	6%
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari tabel 4.12 diketahui bahwa tanggapan responden terhadap harga hand phone Samsung terjangkau mayoritas adalah menyetujui, yaitu ada sebanyak 69 orang yang sangat setuju (69%), dan 25 orang yang setuju. Sisanya ada sebanyak 6% yang menjawab tidak setuju.

b. Harga Hand Phone Samsung sesuai dengan kualitasnya

Tanggapan responden terhadap harga hand phone Samsung sesuai dengan kualitasnya disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.13
Harga Hand Phone Samsung Sesuai Dengan Kualitasnya

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	69	69%
2.	Setuju	25	25%
3.	Tidak Setuju	5	5%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Dari table 4.13 diketahui bahwa tanggapan responden mayoritas adalah sangat setuju, yaitu ada sebanyak 69 orang (64%). Yang menjawab setuju ada 25 orang responden (25%), tidak setuju 5 orang (5%) dan sangat tidak setuju ada 1 orang responden (1%).

c. Waktu merabeli, membandingkan harga Samsung dengan merk lain

Tanggapan responden terhadap waktu membeli, membandingkan harga Samsung dengan merk lain disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.14

Waktu Membeli, Membandingkan Harga Samsung Dengan Merk Lain

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	52	52%
2.	Setuju	43	43%
3.	Tidak Setuju	4	4%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Dari table 4.14 diketahui bahwa tanggapan responden terhadap waktu membeli, membandingkan harga Samsung dengan merk lain mayoritas disetujui oleh responden. Ada sebanyak 52% responden yang menjawab sangat setuju dan ada 43% yang menjawab setuju. Sisanya ada 4 responden yang menjawab tidak setuju (4%) dan 1 orang responden sangat tidak setuju.

d. Waktu membeli hand phone Samsung perlu mempertimbangkan harga jual kembali

Tanggapan responden terhadap atribut harga mengenai waktu membeli hand phone Samsung perlu mempertimbangkan harga jual kembali disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.15
Waktu Membeli Hand Phone Samsung Perlu Mempertimbangkan
Harga Jual Kembali

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	58	58%
2.	Setuju	39	39%
3.	Tidak Setuju	3	3%
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Dari table 4.15 diketahui bahwa tanggapan responden mengenai waktu membeli hand phone Samsung perlu mempertimbangkan harga jual kembali mayoritas disetujui oleh responden. Ada sebanyak 58 responden yang menjawab sangat setuju (58%, dan ada sebanyak 39 responden (39%) yang menjawab setuju. Sisanya ada 3 orang yang menjawab tidak setuju (3%).

3. Variabel Promosi

- a. Media promosi memudahkan memperoleh informasi hand phone Samsung

Tanggapan responden terhadap atribut promosi dalam item pertama disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.16

Media promosi memudahkan memperoleh informasi hand phone Samsung

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	64	64%
2.	Setuju	33	33%
3.	Tidak Setuju	3	3%
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Dari tabel 4.16 diketahui bahwa tanggapan responden terhadap media promosi memudahkan anda memperoleh informasi hand phone Samsung mayoritas disetujui oleh responden. Ada sebanyak 64 orang (64%) yang menjawab sangat setuju, 33 orang (33%) yang menjawab setuju. Sisanya ada 3 orang (3%) yang menjawab tidak setuju.

b. Iklan hand phone Samsung menarik perhatian

Tanggapan responden terhadap item mengenai Iklan hand phone Samsung menarik perhatian disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.17

Iklan Hand Phone Samsung Menarik Perhatian

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	67	67%
2.	Setuju	28	28%
3.	Tidak Setuju	4	4%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Dari table 4.17 diketahui bahwa tanggapan responden terhadap iklan hand phone Samsung menarik perhatian, mayoritas adalah menyetujui. Ada sebanyak 67 orang (67%) menjawab sangat setuju, dan 28 orang (28%) setuju. Sisanya menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju, masing-masing 3 orang (3%) dan 1 orang (1%).

c. Samsung perlu memberikan layanan bebas pulsa

Tanggapan responden terhadap atribut promosi mengenai Samsung perlu memberikan layanan bebas pulsa disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.18
Samsung Perlu Memberikan Layanan Bebas Pulsa

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	75	75%
2.	Setuju	21	21%
3.	Tidak Setuju	4	4%
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari table 4.18 diketahui bahwa tanggapan responden terhadap Samsung perlu memberikan layanan bebas pulsa mayoritas disetujui oleh responden. Ada sebanyak 75% responden yang menjawab sangat Setuju dan ada 21% yang menjawab setuju. Sisanya ada 4 responden yang menjawab tidak setuju (4%).

d. Perlu adanya pemberian bonus untuk pembelian hand phone Samsung

Tanggapan responden terhadap atribut promosi mengenai Perlu adanya pemberian bonus untuk pembelian hand phone Samsung disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.19

Perlu adanya pemberian bonus untuk pembelian hand phone Samsung

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	79	79%
2.	Setuju	18	18%
3.	Tidak Setuju	3	3%
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Dari table 4.19 diketahui bahwa tanggapan responden mengenai perlu adanya pemberian bonus untuk pembelian hand phone Samsung mayoritas disetujui oleh responden. Ada sebanyak 79 responden yang menjawab sangat setuju (79%), dan ada sebanyak 18 responden (18%) yang menjawab setuju. Sisanya ada 3 orang yang menjawab tidak setuju (3%).

4. Variabel Distribusi

a. Hand Phone Samsung mudah didapatkan

Tanggapan responden terhadap atribut distribusi item pertama yaitu hand phone Samsung mudah didapatkan disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.20

Hand Phone Samsung Mudah Didapatkan

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	58	58%
2.	Setuju	32	32%
3.	Tidak Setuju	10	10%
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Dari tabel 4.20 diketahui bahwa tanggapan responden terhadap hand phone Samsung mudah didapatkan mayoritas disetujui oleh responden. Ada sebanyak 58 orang (58%) yang menjawab sangat setuju, dan yang menjawab setuju ada 32 orang (32%). Yang menjawab tidak setuju ada 10 orang responden (10%).

b. Outlet Samsung banyak terdapat di Yogyakarta

Tanggapan responden terhadap atribut distribusi mengenai outlet Samsung banyak terdapat di Yogyakarta disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.21
Outlet Samsung banyak terdapat di Yogyakarta

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	83	83%
2.	Setuju	12	12%
3.	Tidak Setuju	5	5%
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari table 4.21 diketahui bahwa mayoritas responden menyetujui terhadap atribut distribusi mengenai outlet Samsung banyak terdapat di Yogyakarta. Ada sebanyak 83 orang (83%) yang menjawab sangat setuju dan ada 12 orang responden (12%) yang menjawab setuju. Lainnya ada 5 orang responden (5%) yang menjawab tidak setuju.

c. Counter di pelosok kota menyediakan hand phone Samsung

Tanggapan responden terhadap atribut distribusi mengenai counter di pelosok kota menyediakan hand phone disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.22
Counter Di Pelosok Kota Menyediakan Hand Phone Samsung

No.	Program Studi	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	86	86%
2.	Setuju	8	8%
3.	Tidak Setuju	6	6%
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber : Lampiran 4

Dari table 4.22 diketahui bahwa tanggapan responden terhadap counter di pelosok kota menyediakan hand phone Samsung mayoritas disetujui oleh responden. Ada sebanyak 86% responden yang menjawab sangat setuju dan ada 8% yang menjawab setuju. Sisanya ada 6 responden yang menjawab tidak setuju (6%).

4.3 Analisis Sikap (Fishbein)

Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap keputusan konsumen dalam membeli Hand phone merk Samsung menggunakan model sikap Fishbein. Rumus yang digunakan adalah Mutiatribute Attitude Model. Mutiatribute Attitude Model adalah model yang menggabungkan skor-skor komponen kognitif dan afektif terhadap atribut-atribut yang terdapat pada obyek obyek tersebut. Rumusan model sikap (Engel, 1994, Hal. 330) adalah sebagai berikut :

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

A_o = Total sikap seseorang terhadap obyek

b_i = Kekuatan percayanya terhadap atribut i .

e_i = Penilaian terhadap atribut i .

n = Banyaknya atribut yang dipercayai dan dinilai

Dari hasil data yang didapat dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden dan setelah diolah dapat dilihat dalam tabel-tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.23

Nilai Atribut dari Variabel Belief (b_i)

Variabel	a	b	c	d	Rata-rata Tertimbang
Produk	4	3	2	1	
Produk	77	21	2	0	3,75
Harga	76	24	0	0	3,76
Promosi	79	18	3	0	3,76
Distribusi	75	24	1	0	3,74

Keterangan :

Belief atau kepercayaan adalah suatu pemikiran atau gambaran yang dianut atau diyakini seseorang tentang sesuatu.

Perhitungan tabel diatas sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Variabel Produk} & : (77 \times 4) + (21 \times 3) + (2 \times 2) + (0 \times 1) \\ & : 308 + 63 + 4 + 0 \\ & : 375\end{aligned}$$

$$\text{Rata-rata tertimbang} : 3,75$$

$$\begin{aligned}\text{Variabel Harga} & : (76 \times 4) + (24 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1) \\ & : 304 + 72 + 0 + 0 \\ & : 376\end{aligned}$$

$$\text{Rata-rata tertimbang} : 3,76$$

$$\begin{aligned}\text{Variabel Promosi} & : (79 \times 4) + (18 \times 3) + (3 \times 2) + (0 \times 1) \\ & : 316 + 54 + 6 + 0 \\ & : 376\end{aligned}$$

$$\text{Rata-rata tertimbang} : 3,76$$

$$\begin{aligned}\text{Variabel Distribusi} & : (75 \times 4) + (24 \times 3) + (1 \times 2) + (0 \times 1) \\ & : 300 + 72 + 2 + 0 \\ & : 374\end{aligned}$$

$$\text{Rata-rata tertimbang} : 3,74$$

Tabel 4.24

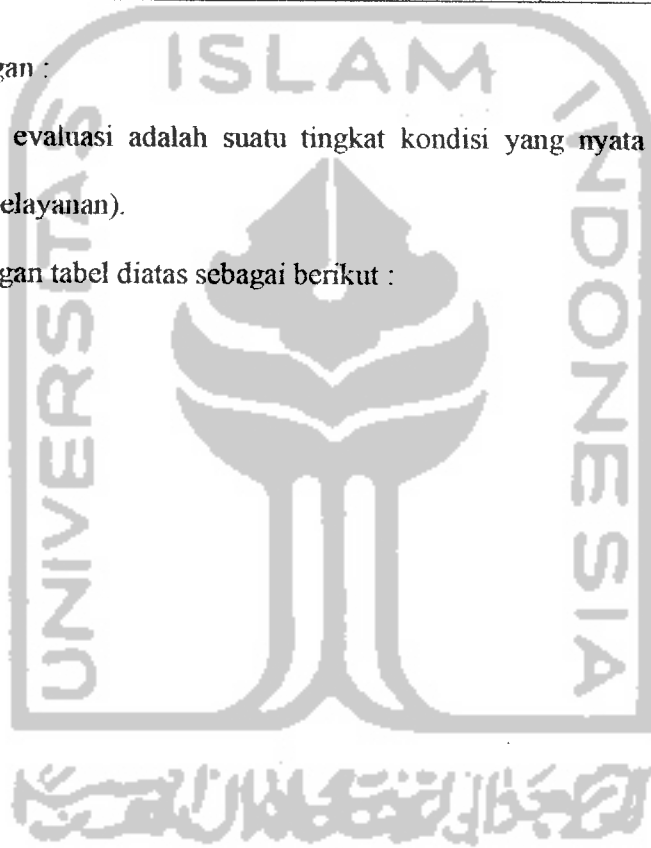
Nilai Atribut dari Variabel Evaluasi (ei)

Variabel	a	b	C	d	Rata-rata Tertimbang
	4	3	2	1	
Produk	56	39	5	0	3,51
Harga	82	14	4	0	3,78
Promosi	86	10	4	0	3,82
Distribusi	79	17	4	0	3,75

Keterangan :

Variabel evaluasi adalah suatu tingkat kondisi yang nyata terhadap suatu obyek (pelayanan).

Perhitungan tabel diatas sebagai berikut :



Variabel Produk : $(56 \times 4) + (39 \times 3) + (5 \times 2) + (0 \times 1)$
: $224 + 117 + 10 + 0$
: 351

Rata-rata tertimbang : 3,51

Variabel Harga : $(82 \times 4) + (14 \times 3) + (4 \times 2) + (0 \times 1)$
: $328 + 42 + 8 + 0$
: 378

Rata-rata tertimbang : 3,78

Variabel Promosi : $(86 \times 4) + (10 \times 3) + (4 \times 2) + (0 \times 1)$
: $344 + 30 + 8 + 0$
: 382

Rata-rata tertimbang : 3,82

Variabel Distribusi : $(79 \times 4) + (17 \times 3) + (4 \times 2) + (0 \times 1)$
: $316 + 51 + 8 + 0$
: 375

Rata-rata tertimbang : 3,75

Tabel 4.25

Nilai Sikap dari Konsumen

Variabel	Kepercayaan (bi)	Evaluasi (ei)	Total (bi) x (ei)
Produk	3,75	3,51	13,16
Harga	3,76	3,78	14,21
Promosi	3,76	3,82	14,36
Distribusi	3,74	3,75	14,03
Total			55,76

Untuk mengetahui sikap konsumen bernilai 55,76 itu berada pada skala penilaian yang mana, maka diperlukan perhitungan skor maksimum 4 sampai skor minimum 1 untuk sikap berikut ini.

Tabel 4.26

Nilai Maksimum Sikap Konsumen

Variabel	Kepercayaan Ideal Skor Maksimum	Evaluasi (ei)	Total (bi) x (ei)
Produk	4	3,51	14,04
Harga	4	3,78	15,12
Promosi	4	3,82	15,28
Distribusi	4	3,75	15,00
Total			59,44

Tabel 4.27

Nilai Skor 3 Sikap Konsumen

Variabel	Kepercayaan Ideal Skor 3	Evaluasi (ei)	Total (bi) x (ei)
Produk	3	3,51	10,53
Harga	3	3,78	11,34
Promosi	3	3,82	11,46
Distribusi	3	3,75	11,25
Total			44,58

Tabel 4.28

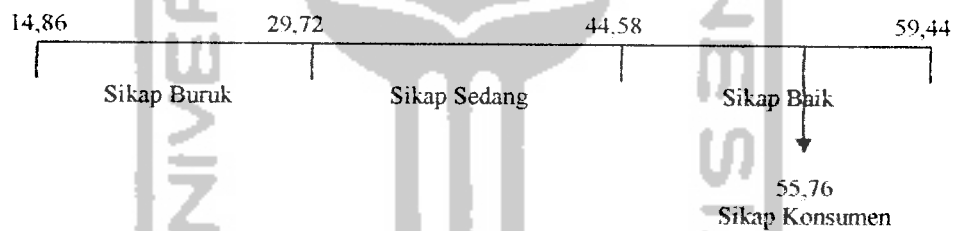
Nilai Skor 2 Sikap Konsumen

Variabel	Kepercayaan Ideal Skor 2	Evaluasi (ei)	Total (bi) x (ei)
Produk	2	3,51	7,02
Harga	2	3,78	7,56
Promosi	2	3,82	7,64
Distribusi	2	3,75	7,50
Total			29,72

Tabel 4.29
 Nilai Skor Minimum Sikap Konsumen

Variabel	Kepercayaan Ideal Minimum	Evaluasi (ci)	Total (bi) x (ci)
Produk	1	3,51	3,51
Harga	1	3,78	3,78
Promosi	1	3,82	3,82
Distribusi	1	3,75	3,75
Total			14,86

Dari perhitungan tabel 4.25, nilai sikap dari konsumen dalam keputusan membeli Hand phone merk Samsung mendapatkan nilai sebesar 55,7635. Nilai ini dapat diinterpretasikan dalam suatu skala sikap dan dapat kita bandingkan dengan skala sikap yang kita pakai yang terdiri dari 3 interval.



Berdasarkan analisis sikap konsumen terhadap Keputusan Membeli Hand Phone Merk Samsung di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia menurut *Multiattribute Attitude Model* dari Fishbein menunjukkan sikap konsumen secara keseluruhan adalah sikap yang baik, ini terbukti dengan nilai hasil analisis sikap sebesar 55,76 yang terletak pada rentang sikap yang baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai sikap yang baik terhadap keputusan membeli Hand Phone Merk Samsung.

Berikut penjelasan masing-masing skor sikap yang dimiliki masing-masing atribut pada keputusan membeli Hand phone merk Samsung di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

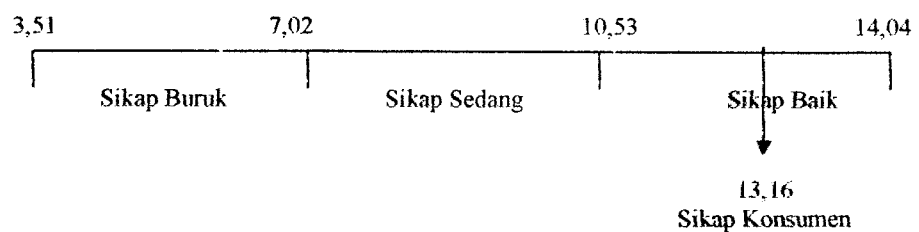
a. Sikap Konsumen Terhadap Variabel Produk Pada Keputusan Membeli Hand Pone Merk Samsung

Dengan melihat tabel-tabel perhitungan diatas (tabel 4.25, 4.26, 4.27, 4.28, dan 4.29) ringkasan analisis untuk menentukan analisis sikap pada atribut produk pada keputusan membeli Hand phone merk Samsung adalah:

Tabel 4.30
Ringkasan Analisis Sikap pada Variabel Produk

Nilai	Kepercayaan (bi)	Evaluasi (ei)	Total (bi) x (ei)
Maksimum	4	3,51	14,04
Skor 3	3	3,51	10,53
Skor 2	2	3,51	7,02
Minimum	1	3,51	3,51
Sikap Konsumen			13,16

Dari perhitungan tabel 4.30, nilai sikap dari konsumen dalam keputusan membeli Hand phone merk Samsung pada atribut produk mendapatkan nilai sebesar 13,163. Nilai ini dapat diinterpretasikan dalam suatu skala sikap dan dapat kita bandingkan dengan skala sikap yang kita pakai yang terdiri dari 3 interval.



Berdasarkan analisis sikap konsumen pada Variabel produk terhadap Keputusan Membeli Hand Phone Merk Samsung di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia menurut *Multitribute Attitude Model* dari Fishbein menunjukkan sikap konsumen pada atribut produk adalah sikap yang baik, ini terbukti dengan nilai hasil analisis sikap sebesar 13.16 yang terletak pada rentang sikap yang baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai sikap yang baik pada atribut produk.

b. Sikap Konsumen Terhadap Variabel Harga Pada Keputusan Membeli Hand Pone Merk Samsung

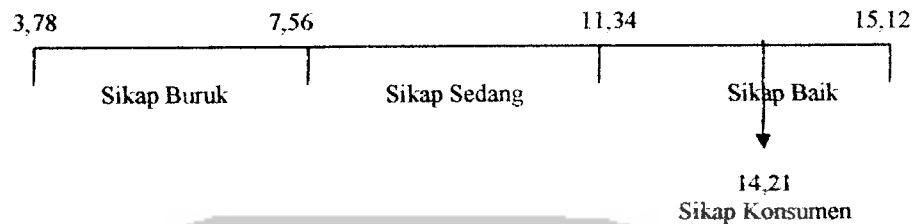
Hasil perhitungan analisis sikap terhadap atribut harga pada keputusan membeli Hand phone merk Samsung disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.31
Ringkasan Analisis Sikap pada Variabel Harga

Nilai	Kepercayaan (bi)	Evaluasi (ei)	Total (bi) x (ei)
Maksimum	4	3,78	15,12
Skor 3	3	3,78	11,34
Skor 2	2	3,78	7,56
Minimum	1	3,78	3,78
Sikap Konsumen			14,21

Dari perhitungan tabel 4.31, nilai sikap dari konsumen dalam keputusan membeli Hand phone merk Samsung pada Variabel harga

mendapatkan nilai sebesar 14,2128. Nilai ini dapat diinterpretasikan dalam suatu skala sikap dan dapat kita bandingkan dengan skala sikap yang kita pakai yang terdiri dari 3 interval.



Berdasarkan analisis sikap konsumen pada Variabel harga terhadap Keputusan Membeli Hand Phone Merk Samsung di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia menurut *Multitribute Attitude Model* dari Fishbein menunjukkan sikap konsumen pada atribut harga adalah sikap yang baik, ini terbukti dengan nilai hasil analisis sikap sebesar 14,2128 yang terletak pada rentang sikap yang baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai sikap yang baik pada atribut harga.

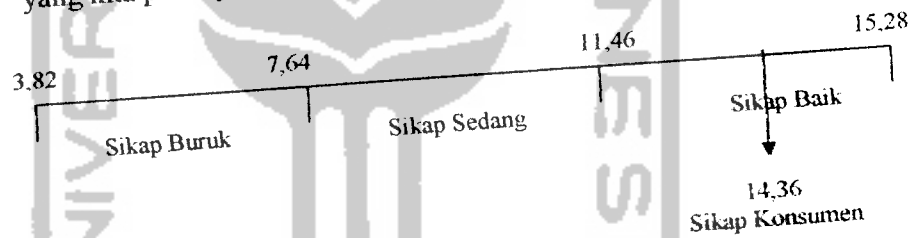
c. Sikap Konsumen Terhadap Variabel Promosi Pada Keputusan Membeli Hand Pone Merk Samsung

Hasil perhitungan analisis sikap terhadap atribut promosi pada keputusan membeli Hand phone merk Samsung disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.32
Ringkasan Analisis Sikap pada Variabel Promosi

Nilai	Kepercayaan (bi)	Evaluasi (ei)	Total (bi) x (ei)
Maksimum	4	3,82	15,28
Skor 3	3	3,82	11,46
Skor 2	2	3,82	7,64
Minimum	1	3,82	3,82
Sikap Konsumen			14,36

Dari perhitungan tabel 4.32, nilai sikap dari konsumen dalam keputusan membeli Hand phone merk Samsung pada Variabel promosi mendapatkan nilai sebesar 14,3632. Nilai ini dapat diinterpretasikan dalam suatu skala sikap dan dapat kita bandingkan dengan skala sikap yang kita pakai yang terdiri dari 3 interval.



Berdasarkan analisis sikap konsumen pada Variabel promosi terhadap Keputusan Membeli Hard Phone Merk Samsung di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia menurut *Multitribute Attitude Model* dari Fishbein menunjukkan sikap konsumen pada atribut promosi adalah sikap yang baik, ini terbukti dengan nilai hasil analisis sikap sebesar 14,3632 yang terletak pada rentang sikap yang baik, sehingga

dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai sikap yang baik pada atribut promosi.

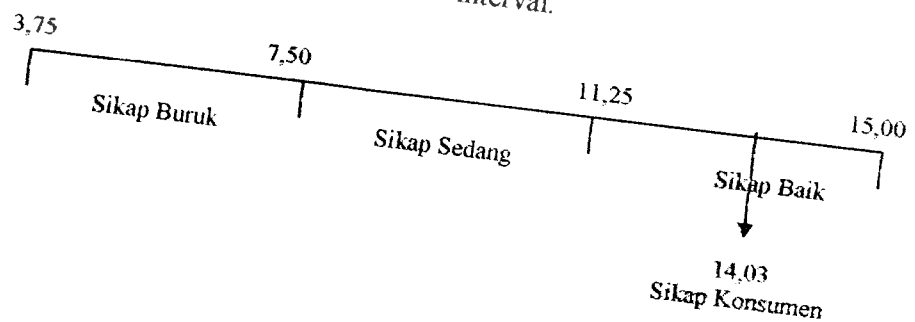
d. Sikap Konsumen Terhadap Variabel Distribusi Pada Keputusan Membeli Hand Pone Merk Samsung

Hasil perhitungan analisis sikap terhadap atribut distribusi pada keputusan membeli Hand phone merk Samsung disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.33
Ringkasan Analisis Sikap pada Variabel Distribusi

Nilai	Kepercayaan (bi)	Evaluasi (ei)	Total (bi) x (ei)
Maksimum	4	3,75	15,00
Skor 3	3	3,75	11,25
Skor 2	2	3,75	7,50
Minimum	1	3,75	3,75
Sikap Konsumen			14,03

Dari perhitungan tabel 4.33, nilai sikap dari konsumen dalam keputusan membeli Hand phone merk Samsung pada Variabel distribusi mendapatkan nilai sebesar 14,0250. Nilai ini dapat diinterpretasikan dalam suatu skala sikap dan dapat kita bandingkan dengan skala sikap yang kita pakai yang terdiri dari 3 interval.



Berdasarkan analisis sikap konsumen pada Variabel distribusi terhadap Keputusan Membeli Hand Phone Merk Samsung di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia menurut *Multiattribute Attitude Model* dari Fishbein menunjukkan sikap konsumen pada atribut distribusi adalah sikap yang baik, ini terbukti dengan nilai hasil analisis sikap sebesar 14,0250 yang terletak pada rentang sikap yang baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai sikap yang baik pada atribut distribusi.

Berikut dijelaskan dalam tabel rangking :

Tabel 4.34

Tabel Rangking Analisis Sikap

Variabel	Sikap	Rangking
Produk	13,16	4
Harga	14,21	2
Promosi	14,36	1
Distribusi	14,02	3

4.4 Analisis Kruskal Wallis

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada beda antara factor-faktor yang diteliti atau ada factor yang dominan yang mempengaruhi sikap konsumen. Bila ada beda, berarti ada factor-faktor yang dianggap dominant. Dan bila tidak ada beda, berarti tidak ada factor-faktor yang dianggap dominant.

Dalam penelitian ini, uji kruskal wallis digunakan untuk mengetahui apakah ada variable maketing mix yang dianggap dominan yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap produk handphone merk Samsung yang merupakan hipotesis kedua, yaitu “Variabel produk merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi sikap konsumen dalam membeli Hand phone merk Samsung”.

a. Antara Variabel Produk dengan Jenis Kelamin

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

H_0 : Tidak ada perbedaan sikap antara variable produk dengan jenis kelamin.

H_a : Ada perbedaan sikap antara variable produk dengan jenis kelamin.

2) Menentukan Tingkat Signifikan (α)

Adapun taraf signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%
 χ^2 -tabel (5%; $df=1$) = 3,841.

3) Kriteria pengujian

Jika χ^2 hitung < χ^2 -tabel, H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika χ^2 hitung > χ^2 -tabel, H_0 diterima dan H_a ditolak.

4) Terlihat bahwa pada kolom Asymp. Sig adalah $0,00 < \chi^2$ -tabel (5%).

Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

5) Berdasarkan hasil perhitungan uji Kruskal Wallis χ^2 hitung = 21,277 >

χ^2 -tabel (5%; $df=1$) = 3,841. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat

dikatakan bahwa tidak ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan

karakteristik jenis kelamin terhadap atribut kualitas, design, jenis/tipe, operasional, dan kelebihan produk.

Table 4.35
Test Statistik Variabel Produk dengan Jenis Kelamin

	Produk
Chi Square	21,277
df	1
Asymp. Sig	0,000

b. Antara Variabel Harga dengan Jenis Kelamin

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

Ho : Tidak ada perbedaan sikap antara variable harga dengan jenis kelamin.

Ha : Ada perbedaan sikap antara variable harga dengan jenis kelamin.

2) Menentukan Tingkat Signifikan (α)

Adapun taraf signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%

χ^2 -tabel (5%; df=1) = 3,841.

3) Kriteria pengujian

Jika χ^2 hitung < χ^2 -tabel, Ho ditolak dan Ha diterima

Jika χ^2 hitung > χ^2 -tabel, Ho diterima dan Ha ditolak.

4) Terlihat bahwa pada kolom Asymp. Sig adalah 0,046 < χ^2 -tabel (5%).

Maka Ho ditolak dan Ha diterima.

5) Berdasarkan hasil perhitungan uji Kruskal Wallis χ^2 hitung = 3,968 >

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

dikatakan bahwa tidak ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan

karakteristik jenis kelamin terhadap atribut harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan kualitas, perbandingan harga, dan harga jual kembali.

Tabel 4.36
Test Statistik Variabel Harga dengan Jenis Kelamin

	Harga
Chi Square	3,968
df	1
Asymp. Sig	0,046

c. Antara Variabel Promosi dengan Jenis Kelamin.

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

H_0 : Tidak ada perbedaan sikap antara variable promosi dengan jenis kelamin.

H_a : Ada perbedaan sikap antara variable promosi dengan jenis kelamin.

2) Menentukan tingkat signifikan (α)

Adapun taraf signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%

χ^2 -tabel (5%; $df=1$) = 3,841.

3) Kriteria pengujian

Jika χ^2 hitung < χ^2 -tabel, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika χ^2 hitung > χ^2 -tabel, H_0 diterima dan H_a ditolak.

4) Terlihat bahwa pada kolom Asymp. Sig adalah 0,000 > χ^2 -tabel (5%).

Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

- 5) Berdasarkan hasil perhitungan uji Kruskal Wallis χ^2 hitung = 12,135 > χ^2 -tabel (5%; df=1) = 3,841. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. . Dapat dikatakan bahwa tidak ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik jenis kelamin terhadap atribut informasi, iklan, pelayanan dan bonus.

Tabel 4.37
Test Statistik Variabel Promosi dengan Jenis Kelamin

	Promosi
Chi Square	12,135
df	1
Asymp. Sig	0,000

d. Antara Variabel Distribusi dengan Jenis Kelamin

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

H_0 : Tidak ada perbedaan sikap antara variable distribusi dengan jenis kelamin.

H_a : Ada perbedaan sikap antara variable distribusi dengan jenis kelamin.

2) Menentukan tingkat signifikan (α)

Adapun taraf signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%
 χ^2 -tabel (5%; df=1) = 3,841.

3) Kriteria pengujian

Jika χ^2 hitung < χ^2 -tabel, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika χ^2 hitung > χ^2 -tabel, H_0 diterima dan H_a ditolak.

- 4) Terlihat bahwa pada kolom Asymp. Sig adalah $0,024 > \chi^2\text{-tabel (5\%)}$.
Maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 5) Berdasarkan hasil perhitungan uji Kruskal Wallis χ^2 hitung = $5,086 > \chi^2\text{-tabel (5\%; df=1)} = 3,841$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. . Dapat dikatakan bahwa tidak ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik jenis kelamin terhadap atribut saluran distribusi.

Tabel 4.38
Test Statistik Variabel Distribusi dengan Jenis Kelamin

	Distribusi
Chi Square	5,086
df	1
Asymp. Sig	0,024

e. Antara Variabel Produk dengan Besarnya Uang Saku.

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

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

H_a : Ada perbedaan sikap antara variable produk dengan uang saku.

- 2) Menentukan tingkat signifikan (α)

Adapun taraf signifikan yang digunakan dalam peelitian ini adalah 5%
 $\chi^2\text{-tabel (5\%; df=1)} = 3,841$.

- 3) Kriteria pengujian

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

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

- 4) Terlihat bahwa pada kolom Asymp. Sig adalah $0,000 < \chi^2\text{-tabel (5\%)}$.
Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 5) Berdasarkan hasil perhitungan uji Kruskal Wallis χ^2 hitung = 19,888 > $\chi^2\text{-tabel (5\%; df=1)} = 3,841$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. . Dapat dikatakan bahwa tidak ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik besarnya uang saku terhadap atribut kualitas, design, jenis/tipe, operasional, dan kelebihan produk.

Tabel 4.39
Test Statistik Variabel Produk dengan Besarnya Uang Saku

	Produk
Chi Square	19,888
df	1
Asymp. Sig	0,000

f. Antara Variabel Harga dengan Besarnya Uang Saku.

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

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

H_a : Ada perbedaan sikap antara variable harga dengan uang saku.

- 2) Menentukan tingkat signifikan (α)

Adapun taraf signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%

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

- 3) Kriteria pengujian

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

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

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 χ^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 (α)

Adapun taraf signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%

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

3) Kriteria pengujian

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

Jika χ^2 hitung $>$ χ^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 χ^2 hitung = 11,478 $>$ χ^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 (α)

Adapun taraf signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%

χ^2 -tabel (5%; df=1) = 3,841

3) Kriteria pengujian

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

Jika χ^2 hitung > χ^2 -tabel, Ho diterima dan Ha ditolak.

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

Maka Ho diterima dan Ha ditolak.

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

χ^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