

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Pengertian Produk

Pengertian produk (*product*) menurut Kotler (2009) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

Menurut Kotler dan Keller (2008), produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya (Tjiptono, 2008).

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka produk didefinisikan sebagai kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.

a. Atribut Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi produk (karakteristik atribut produk) adalah:

1) **Merek(branding)**

Merek (*brand*) adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu atau kelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Pemberian merek merupakan masalah pokok dalam strategi produk. Pemberian merek itu mahal dan memakan waktu, serta dapat membuat produk itu berhasil atau gagal. Nama merek yang baik dapat menambah keberhasilan yang besar pada produk (Kotler dan Armstrong, 2008).

2) **Pengemasan(packaging)**

Pengemasan(*packing*) adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk. Pengemasan melibatkan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk.

3) **Kualitas Produk (*product quality*)**

Kualitas produk (*product quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat

menerapkan program “Total *quality* manajemen (TQM)”. Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai konsumen.

b. **Tingkatan Produk**

Pada dasarnya tingkatan produk adalah sebagai berikut.

1) **Produk Inti (core product)**

Produk inti terdiri dari manfaat inti untuk pemecahan masalah yang dicari konsumen ketika mereka membeli produk atau jasa.

2) **Produk Aktual (actual product)**

Seorang perencana produk harus menciptakan produk actual disekitar inti. Karakteristik dari produk aktual diantaranya, tingkat kualitas, nama merek, kemasan yang dikombinasikan dengan cermat untuk menyampaikan manfaat inti (Kotler dan Armstrong, 2008).

3) **Produk Tambahan**

Produk tambahan harus diwujudkan dengan menawarkan jasa pelayanan tambahan untuk memuaskan konsumen, misalnya dengan menanggapi dengan baik claim dari konsumen dan melayani konsumen lewat telepon jika konsumen mempunyai masalah atau pertanyaan (Kotler dan Keller, 2009).

c. **Klasifikasi Produk**

Menurut Tjiptono (2008) klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama yaitu barang dan jasa. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang, yaitu:

1) **Barang Tidak Tahan Lama (nondurable goods)**

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Contohnya adalah sabun, minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula dan garam.

2) **Barang Tahan Lama**

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih). Contohnya antara lain TV, lemari es, mobil, dan komputer. Selain berdasarkan daya tahannya, produk pada umumnya juga diklasifikasikan berdasarkan siapa konsumennya dan untuk apa produk tersebut dikonsumsi. Berdasarkan kriteria ini, produk dapat dibedakan menjadi barang konsumen (*consumer's goods*) dan barang industri (*industrial's goods*). Barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan

konsumen akhir sendiri (individu dan rumah tangga), bukan untuk tujuan bisnis. Umumnya barang konsumen dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis yaitu:

a) **convenience goods**

convenience goods merupakan barang yang pada umumnya memiliki frekuensi pembelian tinggi (sering beli), dibutuhkan dalam waktu segera, dan hanya memerlukan usaha yang minimum (sangat kecil) dalam perbandingan dan pembeliannya. Contohnya sabun, pasta gigi, baterai, makanan, minuman, majalah, surat kabar, payung dan jas hujan.

b) *shopping goods*

shopping goods adalah barang-barang dalam proses pemilihan dan pembeliannya dibandingkan oleh konsumen diantara berbagai alternatif yang tersedia. Kriteria perbandingan tersebut meliputi harga, kualitas dan model masing-masing barang, Contohnya alat-alat rumah tangga (TV, mesin cuci, tape recorder), furniture (mebel), dan pakaian.

c) **specialty goods**

specialty goods adalah barang-barang yang memiliki karakteristik dan identifikasi merek yang unik di mana sekelompok konsumen bersedia melakukan usaha khusus untuk membelinya. Contohnya adalah barang-barang mewah dengan merek dan model spesifik.

d) unsought goods

unsought goods merupakan barang-barang yang diketahui konsumen atau walaupun sudah diketahui tetapi pada umumnya belum terpikirkan untuk membelinya. Contohnya asuransi jiwa, batu nisan, tanah kuburan (Tjiptono,2008).

d. Definisi Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Sedangkan menurut Garvin dan A. Dale Timpe (1990, dalam Alma, 2011) kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya.

Menurut Kotler (2009), kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Sedangkan menurut Tjiptono (2008), kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau

menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan definisi-definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan memperhitungkan nilai suatu produk dan jasa tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk dan jasa, dan menghasilkan produk dan jasa sesuai harapan tinggi dari pelanggan.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk (Kotler dan Armstrong, 2008).

Menurut Kotler and Armstrong (2008) arti dari kualitas produk adalah *“the ability of a product to perform its function, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”* yang

artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan.

Kualitas produk dibentuk oleh beberapa indikator antara lain kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan fungsi, keragaman ukuran produk, dan lain-lain (Zeithalm, 1988 dalam Kotler, 2009).

Konsumen senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal ini dapat dilihat dari kemampuan produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Berdasarkan bahasan di atas dapat dikatakan bahwa kualitas yang diberikan suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

e. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2008), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa

ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008) adalah:

- 1) *performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- 2) *durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
- 3) *conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- 4) *features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- 5) *reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- 6) *aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
- 7) *perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak

langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

8) *serviceability*, meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahtamahan staf layanan. Kemudian, menurut Vincent Gaspersz (2005 dalam Alma, 2011) dimensi-dimensi kualitas produk terdiri dari:

- a) Kinerja (*performance*), yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti.
- b) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c) Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
- d) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e) Daya tahan (*durability*), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- f) *serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan.
- g) Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

Berdasarkan dimensi-dimensi diatas, dapat disimpulkan bahwa suatu dimensi kualitas merupakan syarat agar suatu nilai dari produk memungkinkan untuk bisa memuaskan pelanggan sesuai harapan, adapun dimensi kualitas produk meliputi kinerja, estetika, keistimewaan, kehandalan, dan juga kesesuaian.

B. Penelitian Sebelumnya

Hasil penelitan yang pertama dilakukan oleh Ummu Habibah, Sumiati (2016) pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah dikota Bangkalan Madura. Beragam faktor dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan dalam membeli suatu produk atau jasa, keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu prodak atau jasa. Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan membeli produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji, menganalisa dan menjelaskan pengaruhkualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara simultan dan parsial, serta mengetahui variabel independen (kualitas produk dan harga) manakah yang memiliki pengaruh yang dominan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Jenis penelitian ini dikatagorikan sebagai penelitian yang bersifat deskriptif analisi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen produk kosmetik Wardah di kota

Bangkalan Madura. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang terdiri dari konsumen yang telah menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan uji Validitas, reabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan regresi linear dengan uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel independen (kualitas produk dan harga) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Setiap hasil dari perhitungan uji F bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,732 atau 73,2%, maka pengaruh variabel X secara serentak terhadap variabel Y sebesar 73,2%. Sedangkan uji t diketahui variabel kualitas produk (X1) bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dan variabel harga (X2) $0,005 < 0,05$ maka dikatakan kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y), berdasarkan analisis regresi maka model (persamaan regresi) untuk observasi ini adalah $Y = 1,466 + 0,629 (X1) + 0,321 (X2)$.

Hasil penelitian yang kedua dilakukan oleh Indah Siti Mahmuda dan Monika Tiara (2013) pengaruh kualitas produk, citra merk dan harga terhadap keputusan pembelian Pond's flawless white. Keberhasilan produk ini dihasilkan oleh top brand di 2011-2012 pond's masih di peringkat pertama dengan persentase lebih besar. Dengan kualitas yang baik dan brand image yang andal dan harga yang

terjangkau, kolam akan selalu tertanam di dalam konsumen yang terlibat dalam keputusan pembelian air putih tanpa cela sebanyak 110. Metode pemikiran dan pengambilan sampel adalah teknik purposive sampling yang digunakan adalah linir untuk mengetahui besarnya efek. Hasil ini dapat dilihat dari adjusted R square sebesar 0,604 artinya ada variabel yang mempengaruhi kualitas produk, brand image dan keputusan pembelian sebesar 60,4% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian sebesar 39,6%. Dalam penelitian ini variabel kualitas produk merupakan yang dominan.

C. Hipotesis

Ada perbedaan kualitas produk antara *body mist* eskulin dan *body mist* izzi pada toko alfa mart kelurahan 16 ulu Palembang

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:53-55) jenis penelitian ini dilihat dari tingkat eksplorasi :

1. Penelitian Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap keberadaan variabel mandiri, baik pada satu variabel atau lebih.

2. Penelitian Komparatif

Penelitian komparatif adalah suatu penelitian yang bersifat membandingkan, atau berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih.

3. Penelitian Asosiatif

Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian komparatif yaitu suatu penelitian yang bersifat membandingkan keberadaan suatu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel

yang berbeda atau pada waktu yang berbeda , variabel yang dimaksud pembelian konsumen .

B. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Alfamart. Jalan Jendral Ahmad Yani Kelurahan 16 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang, Sumatera Selatan 30126

C. Operasional Varibel

Tabel III.1

No	VARIABEL	DEFINISI PENELITIAN	INDIKATOR
1	Kualitas Produk	Kualitas produk adalah keseluruhan barangdan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari konsumen produk <i>body mist</i> eskulin dan <i>body mist</i> izzi di Kelurahan tangga takat Kecamatan seberang ulu II Palembang	-kesesuaian Dengan spesifikasi -Estetika -Daya tahan

Sumber : pihlip kotler dan kevin lane keller (2009:179)

D. Sampel dan Populasi

1) Populasi

Menurut Sugiyono (2012:115), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai

kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudahan untuk ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang menggunakan produk *body mist* eskulin dan *body mist* izzati di Kelurahan Tangga Takat Kecamatan Seberang Ulu II Palembang, Yang jumlahnya tidak diketahui (*infinite*).

2) Sampel

Sampel adalah beberapa anggota yang dipilih dari populasi. menurut Yusuf Wibisono (2013) dalam penelitian ini, sampel yang dipilih sebagian pembeli produ *body mist* eskulin dan izzati, Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui maka, sampel ditentukan sebesar 96 orang. Jumlah tersebut ditentukan dengan mempertimbangkan kemudahan untuk menjangkau responden yang tersebar di wilayah kelurahan 16 ulu palembang.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2010:75) *simple random sampling* adalah salah satu teknik pengambilan sampel yang sering digunakan dalam penelitian.

Secara bahasa, kata *simple random sampling* berarti (sesderhana). Jadi, *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara acak. Maksudnya, peneliti pengambilan sampel anggota populasi yang diambil karena pada pertimbangan tertentu. Jadi sampel diambil tidak secara acak oleh peneliti, Pertimbangan yang dimaksud

adalah karena responden pernah atau sedang memiliki produk *body mist* eskulin dan *body mist* izzi.

E. Data yang diperlukan

Menurut Sugiyono (2013:193) pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara bila dilihat dari sumbernya data, maka pengumpulan data dapat dikelompokkan menjadi :

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen .

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa jawaban responden dari daftar pertanyaan yang diberikan oleh peneliti.

F. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013 : 194) teknik pengumpulan data yang terdiri dari :

1. Wawancara adalah teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden sedikit atau kecil .
2. Kuisioner (angket) adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3. Observasi adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara dan kuesioner . Observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga objek – objek alam yang lain.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) yang berhubungan dengan indikator-indikator yang digunakan.

G. Uji Instrumen

1) Validitas

Uji validitas (*Test of Validity*) dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengukur yang telah disusun telah memiliki validitas atau tidak. Hasilnya akan di tunjukan oleh suatu indeks sejauh mna alat ukur benar-benar mengatur apa yang ingin di ukur.

Menurut Dwi (2009: 16) ada dua syarat yang harus dipenuhi agar sebuah butir dikatakan valid, yaitu:

- (1) Korelasi dari item-item kuesioner haruslah kuat dan peluang kesalahan tidak terlalu besar (menurut teori maksimal 5% dalam uji pertama).
- (2) Korelasi harus memiliki nilai atau arah yang positif. Arah positif tersebut bearti bahwa r_{bt} (nilai korelasi yang akan digunakan untuk mengukur validitas) harus lebih besar dari r tabel.

Validitas alat pengukur dilakukan dengan mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item pertanyaan

dengan korelasi rata-rata per item pertanyaan dengan alat bantu SPSS. Apabila ternyata semua pertanyaan yang disusun berdasarkan dimensi konsep korelasi dengan korelasi rata-rata per item pertanyaan, maka dapat dikatakan bahwa alat pengukuran tersebut mempunyai validitas. Teknik korelasi yang akan digunakan dalam validitas ini adalah teknik korelasi *product moment*. Teknik korelasi *product moment* memerlukan tingkat pengukuran variabel sekurang-kurangnya interval karena skor sebagian didapat dari skala pengukuran ordinal.

Menurut Sugiyono (2005: 317) nilai r untuk $N=96$ dengan taraf signifikan 5% adalah 0,2006. Jadi apabila r lebih besar dari 0,2006 dinyatakan valid dan sebaliknya apabila nilai r lebih kecil dari 0,2006 dinyatakan tidak valid.

2) Uji realibilitas

Setelah dapat ditemukan bahwa pernyataan dan pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini valid dengan r lebih besar dari r tabel, maka selanjutnya pernyataan dan pertanyaan yang dinyatakan valid tersebut, di uji realibilitas. Teknik perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (1) Membagi item-item yang valid belahan dalam penelitian dengan cara yang diambil adalah berdasarkan nomor genap ganjil. Nomor ganjil sebagai belahan pertama dan nomor genap sebagai belahan dua

- (2) Skor masing-masing item pada tiap belahan dengan skor belahan kedua dengan korelasi *product moment*
- (3) Mengkorelasi skor belahan pertama dengan skor belahan kedua dengan korelasi *product moment*
- (4) Mencari angka realibilitas untuk keseluruhan item tanpa dibelah dengan cara mengkorelasikan angka yang diperoleh
- (5) Uji reabilitas dalam penelitian ini juga menggunakan program SPSS dengan cara mengkonversikan skor ganjil dan skor genap uji reabilitas digunakan untuk menilai kesungguhan responden dalam menanggapi tiap pertanyaan, reabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi dan stabilitas yang ditunjukkan oleh cronback pertanyaan Alpha, makin besar Alpha (mendekati 1) maka dikatakan pertanyaan tersebut cukup *Reliabel*. Dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar 0,60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut andal (reliable)

H. Analisis Data dan Teknik Analisis

1. Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013: 13-14) analisis data penelitian dapat dikelompokkan menjadi 2, yaitu:

a. Analisis kualitatif

Analisis kualitatif yaitu suatu metode analisis dengan menggunakan data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar.

b. Analisis kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu suatu metode analisis dengan menggunakan data berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.

Metode analisis data yang menggunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan pengujian statistik dari hasil koesioner, kemudian penggajian tersebut akan dijelaskan menggunakan kalimat-kalimat. Dengan kata lain, analisis kuantitatif terlebih dahulu digunakan kemudian dilanjutkan dengan analisis kualitatif. Analisis kuantitatif digunakan untuk melihat hasil koesioner dengan menggunakan tabulasi yang berupa penilaian dari hasil pengisian koesioner.

Menurut Sugiyono (2009: 132-136) berbagai skala yang digunakan untuk penelitian, yaitu:

- a) Skala *Likert*
- b) Skala Gutman
- c) *Rating Scale*
- d) *Sematic Deferential*

Keempat jenis skala tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan mendapatkan data interval atau resiko. Hal ini tergantung bidang yang akan di ukur. Pada penelitian ini skala yang akan digunakan adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk

mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Pada Skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen berupa pernyataan pertanyaan. Jawaban pada skala *likert* dapat berupa kata-kata antara lain:

Sangat Setuju	= SS	= 5
Setuju	= S	= 4
Netral	= N	= 3
Tidak Setuju	= TS	= 2
Sangat Tidak Setuju	= STS	= 1

2. Teknik analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus uji kai kuadrat (χ^2). Kai kuadrat adalah sebuah uji hipotesis tentang perbandingan anantara frekuensi observasi dengan frekuensi harapan yang didasarkan oleh hipotesis tertentu pada setiap kasus atau data yang diambil untuk diamati .

Menurut Iqbal Hasan (2008:192) Langkah – langkah penguji untuk kai kuadrat(χ^2) yaitu :

1. Menentukan Formulasi Hipotesis

H_0 : ada perbedaan yang signifikan kemasan produk *body mist* eskulin dan *body mist* izzati

H_1 : tidak ada perbedaan yang signifikan kemasan produk *body mist* eskulin dan *body mist* izzati

Menentukan Taraf nyata dan x^2

Taraf nyata dan x^2 ditentukan dengan derajat bebas (db) =

$(n - 1) (5 - 1)$

$$X^2_{\alpha(b-1)(5-1)}$$

Keterangan :

B = baris

K = kolom

2. Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima jika $x^2_0 \leq x^2_{\alpha} (b- 1) (K-1)$

H_0 ditolak jika $x^2_0 > x^2_{\alpha} (b- 1) (K-1)$

3. Menentukan Nilai Uji Statistik

$$x^2 = \sum \frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$$

4. Menentukan Kesimpulan

Kesimpulan pengujian ini merupakan penerimaan atau penolakan

a. Jika H_0 diterima maka H_1 ditolak

b. Jika H_0 ditolak maka H_1 diterima

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kelurahan Tangga Takat. Kelurahan ini adalah Kelurahan yang berada di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang . Terbagi menjadi tujuh Kelurahan yaitu :

- 11 Ulu
- 12 Ulu
- 13 Ulu
- 14 Ulu
- 15 Ulu
- Sentosa
- Tangga Takat

Dan lokasi penelitian ini di Jl. Jendral Ahmad Yani Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang Sumatera Selatan. Kelurahan Tangga Takat merupakan Kelurahan yang luasnya 10,69 km² terdiri dari 102.530 jiwa.

Lokasi Kelurahan Tangga Takat berada di tengah kota. Kelurahan ini tidak berjauhan dengan kantor camat sehingga warga tidak kesulitan jika berkepentingan dengan pihak kecamatan. Untuk keperluan sehari-hari warga kelurahan Tangga Takat tidak kesulitan karena terdapat pasar,

sentosa, Toko Alfamart di kelurahan ini baik itu kebutuhan pokok maupun kebutuhan yang lain seperti produk *body health*.

Selain itu wilayah ini juga banyak di temukan penjual lain misalnya bengkel, salon, kios minyak, warung-warung makanan dll. Adapun untuk mencari kebutuhan *body health* sangat mudah di temukan di sekitar lokasi, seperti penjual toko alfamart. Sehingga masyarakat sekitar mudah untuk menggunakan *body health* tersebut dari berbagai kalangan atau tingkat pendidikannya. Seperti, SD, SMP, D3 dan Sarjana.

2. Uji instrument

a. Validitas

1) Hasil Pengujian Validitas Data

Uji validitas yang digunakan adalah *Corrected Item-Total Correlation* yaitu analisis dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir, dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang *Overestimated* (Sugiono, 2013:115). Pada metode *Cronbach's Alpha* nilai R-hitung diwakili oleh nilai *Corrected Item-Total Correlation*, dengan menggunakan bantuan *SPSS for Windows Versi*?

Menurut Husein umar

Tabel IV.I

Hasil Pengujian Validitas Variabel Produk *body mist eskulin* (X₁)

Item-item	r _{hitung}	r _{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Kriteria	Hasil Uji
X _{1.1}	0,557	0,2006	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.2}	0,517	0,2006	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.3}	0,694	0,2006	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Pengolahan data SPSS Versi 20,2019

hasil analisis didapat nilai *Corrected Item Total Correlation* (r_{hitung}) antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} , r_{tabel} dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n)=96, maka didapat r_{tabel} sebesar 0,2006. Berdasarkan hasil analisis didapat nilai *Corrected Item Total Correlation* (r_{hitung}) untuk semua item lebih besar dari 0,2006 maka dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut berkorelasi signifikan dengan skor total (dinyatakan valid) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir instrument tersebut valid.

2) Hasil Pengujian Validitas Data

Tabel IV.II

Hasil Pengujian Validitas Variabel Produk *body mist izzi* (X₁)

Item-item	r _{hitung}	r _{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Kriteria	Hasil Uji
X _{1.1}	0,716	0,2006	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.2}	0,568	0,2006	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

X _{1,3}	0,588	0,2006	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
------------------	--------------	---------------	--------------------------	-------

Sumber: Pengolahan data SPSS Versi 20,2019

Dari hasil analisis didapat nilai *Corrected Item Total Correlation* (r_{hitung}) antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} , r_{tabel} dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n)=96, maka didapat r_{tabel} sebesar 0,2006. Berdasarkan hasil analisis didapat nilai *Corrected Item Total Correlation* (r_{hitung}) untuk semua item lebih besar dari 0,2006 maka dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut berkorelasi signifikan dengan skor total (dinyatakan valid) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir instrument tersebut valid.

b. Uji reliabilitas

Tabel IV.III

Hasil Uji Reliabilitas *body mist* eskulin

Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Hasil Reliabilitas
X ₁	0,681	0,60	Reliable
Y	0,746	0,60	Reliable

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 20,2019

Tabel IV.V

Hasil Uji Reliabilitas *body mist* izzi

Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Hasil Reliabilitas
-------------	--------------------------------	-----------------------------	---------------------------

X ₁	0,713	0,60	Reliable
Y	0,729	0,60	Reliable

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS versi 20,2019

Berdasarkan tabel diatas bahwa seluruh nilai Cronbach's alpha melebihi standar reliabelitas. Karena nilai seluruh cronbach's alpha lebih besar $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument dinyatakan reliabel artinya untuk pengujian selanjutnya dapat dijamin instrument yang digunakan cukup handal, konsistensi dan stabil sehingga apabila digunakan berkali-kali akan dapat menghasilkan data yang sama.

3) Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini beragam yaitu dalam hal jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan. Responden dalam penelitian ini adalah 48 masing-masing produk *body mist* eskulin dan *body mist* izzati pengunjung toko Alfamart jalan. Jendral Ahmad Yani Kelurahan 16 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang, Sumatera Selatan 30126. Kuesioner di bagikan secara sengaja kepada pengunjung karena responden pernah atau tidak, sedang memiliki *body mist* eskulin dan *body mist* izzati

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin jumlah responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

jenis kelamin perempuan sebanyak 96 orang (100%). Jadi hal ini dikarenakan produk *body health* lebih banyak menggunakan untuk perempuan oleh karena itulah pada penelitian ini lebih banyak responden perempuan karena responden yang peneliti jumpai perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia jumlah responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel IV.VI

Karakteristik Responden Berdasarkan usia

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	20-30 tahun	45	47%
2	31-40 tahun	31	32%
3	41-50 tahun	20	21%
Total		96	100%

Sumber: Hasil pengolahan Data primer, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa masyarakat yang memakai produk *body mist* eskulin berusia 20-30 tahun sebanyak 45 orang (47%), usia 31-40 tahun sebanyak 31 orang (32%), dan usia 41-50 tahun sebanyak 21 orang (21%). Jadi responden terbanyak adalah usia 20-30 tahun, hal ini dikarenakan pada usia tersebut memang sangat cocok memakai produk *body mist* eskulin lebih condong untuk kalangan remaja yang ingin kelihatan tubuh segar dan wangi.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan pendidikan jumlah responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel IV.VII

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Kunjungan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Tamat SMP	12	13%
2	Tamat SMA	18	19%
3	Tamat S1-S2	66	69%
Total		96	100%

Sumber : Hasil Pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa masyarakat yang memakai produk *body mist* eskulin pada tingkat pendidikan, Jadi responden terbanyak adalah responden dengan tingkat pendidikan S1-S2, hal ini dikarenakan produk *body mist* eskulin mempunyai kualitas kemasan yang baik untuk di pakai pada tingkatan berdasarkan pendidikan.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Berdasarkan penghasilan jumlah responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel IV.VIII
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah (orang)	Persentase
< Rp. 2.000.000	20	21%
Rp.2.000.000 – Rp. 4.000.000	41	43%
>Rp. 4.000.000	35	36%
Total	96	100%

Sumber: Hasil pengolahan Data, 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masyarakat yang memakai produk *body mist* eskulin dan izzi responden terbanyak 36% adalah penghasilan >Rp. 4.000.000, hal ini dikarenakan besarnya penghasilan akan memenuhi kebutuhannya.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan jumlah responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel IV.IX
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase
PNS	25	26%
Wiraswasta	27	28%
Pelajar	20	21%
Mahasiswa	24	25%
Total	96	100%

Sumber: Hasil pengolahan Data primer, 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masyarakat yang memakai produk *body mist* eskulin responden terbanyak 28% adalah Wiraswasta, hal ini dikarenakan daya tahan akan keharuman yang tahan lama untuk dipakai bekerja.

Tabel IV.X

Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Indikator Produk (X₁)

Keterangan	STS	TS	N	S	SS	TOTAL
Fitur-fitur yang ada pada kemasan <i>body mist</i> eskulin membuat tampilannya semakin menarik	0 (0%)	0 (%)	10 (21%)	13 (27%)	25 (52%)	48 (100%)
Saya membeli <i>body mist</i> eskulin karena mempunyai kualitas kemasan yang baik yang membuatnya berbeda dengan tampilan produk lainnya.	0 (0%)	0 (%)	8 (17%)	11 (23%)	29 (60%)	48 (100%)
Daya tahan akan keharuman produk dalam waktu yang lama	0 (0%)	0 (0%)	8 (21%)	14 (29%)	24 (50%)	48 (100%)

Sumber: Hasil pengolahan Data primer, 2019

Berdasarkan tabel IV.VIII diketahui bahwa pernyataan responden terhadap indikator produk yang menyatakan setuju sebanyak 27% Sedangkan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 52%, yang memilih jawaban netral sebanyak 21% , dan yang memilih tidak setuju 0% ,dijelaskan bahwa dari pertanyaan responden terhadap indikator merek lebih banyak memilih setuju yaitu sebesar 23% dibandingkan jawaban yang lain yaitu netral sebesar 17%, sangat setuju sebesar 60%, dan responden yang

menjawab tidak setuju sebesar 0%. Dan responden terhadap indikator pilihan waktu lebih banyak memilih setuju untuk yaitu sebesar 29% sedangkan yang memilih netral 21% responden yang memilih jawaban sangat setuju 50 % untuk Responden yang menjawab tidak setuju yaitu sebesar 0%.

Tabel IV.XI

Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Indikator Produk (X₂)

Keterangan	STS	TS	N	S	SS	TOTAL
Fitur-fitur yang ada pada kemasan <i>body mist izzati</i> membuat tampilannya semakin menarik	18 (38%)	18 (38%)	9 (19%)	3 (6%)	0 (0%)	48 (100%)
Saya membeli <i>body mist izzati</i> karena mempunyai kualitas kemasan yang baik yang membuatnya berbeda dengan tampilan produk lainnya.	27 (56%)	13 (270%)	5 (10%)	3 (6%)	0 (0%)	48 (100%)
Daya tahan akan keharuman produk dalam waktu yang lama	30 (63%)	7 (150%)	7 (15%)	4 (8%)	0 (0%)	48 (100%)

Sumber: Hasil pengolahan Data primer, 2019

Berdasarkan tabel IV.IX diketahui bahwa pernyataan responden terhadap indikator produk yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 38% Sedangkan responden yang menyatakan setuju sebanyak 6%, yang memilih jawaban netral sebanyak 19% ,responden berdasarkan pilihan merek yang memilih sangat tidak setuju 56%. responden lebih banyak memilih setuju yaitu sebesar 6% dibandingkan jawaban yang lain yaitu netral sebesar 15%, tidak setuju sebesar 15%, responden berdasarkan

piihan waktu responden lebih banyak memilih setuju untuk sebesar 29% sedangkan yang memilih netral 17%. responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju 63%.

4) Proses pengujian data berdasarkan indikator-indikator

Tabel IV.XII

Hasil uji *crosstabs*

Pertanyaan			STS	TS	N	S	SS	Total	
P1	Produk	<i>Body mist eskulin</i>	Count	0	0	10	13	25	48
			Expected count	9.0	9.0	9.5	8.0	12.5	48.0
		<i>Body mist izzi</i>	Count	18	18	9	3	0	48
			Expected count	9.0	9.0	9.5	8.0	12.5	48.0
	Total		Count	18	18	19	16	25	96
			Expected count	18.0	18.0	19.0	16.0	25.0	96.0

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20,2019

Menentukan taraf nyata (α) dan nilai X^2 -tabel

$X^2\alpha = 5\%$ $df = (5-1) = 4$ maka di peroleh

$X^2_{0,05} = 9,487$

Maka di peroleh X^2 sebesar 9,487

Tabel IV.XIII**Hasil uji *chi square******Chi-square tests. X1***

	Value	Df	Asymp.sig (2-sided)
Pearson Chi-square	67.303 ^b	4	.000
Likelihood ratio	91.355	4	.000
Linear-by-Linear Association	62.888	1	.000
N of Valid Cases	96		

Uji statistik berdasarkan tabel di atas, nilai X^2 hitung 67,303 > X^2 tabel 9,847 dengan signifikan sebesar $0,000 \leq \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak
 Berarti ada perbedaan yang signifikan kesesuaian dengan spesifikasi produk
body mist eskulin dan izzii

Tabel IV.XIV
Hasil uji *crosstabs*

Pertanyaan		STS	TS	N	S	SS	Total	
P2	produk <i>Body mist eskulin</i>	Count	0	0	8	11	29	48
		Expected count	13.5	6.5	6.5	7.0	14.5	48.0
	<i>Body mist izzi</i>	Count	27	13	6	3	0	48
		Expected count	13.5	6.5	6.5	7.0	14.5	48.0
Total		Count	27	13	13	14	29	96
		Expected count	27.0	13.0	13.0	14.0	29.0	96.0

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20,2019

Menentukan taraf nyata (α) dan nilai X^2 -tabel

$X^2\alpha = 5\%$ $df = (5-1) = 4$ maka di peroleh

$X^2_{0,05} = 9,487$

Maka di peroleh X^2 sebesar 9,487

Tabel IV.XV
Hasil uji *chi square*
Chi-square tests. X1

	Value	Df	Asymp.sig (2-sided)
Pearson Chi-square	74.264 ^c	4	.000
Likelihood ratio	101.213	4	.000
Linear-by-Linear Association	69.812	1	.000
N of Valid Cases	96		

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20,2019

Uji statistik berdasarkan tabel di atas, nilai X^2 hitung 74,264 > X^2 tabel 9,847 dengan signifikan sebesar $0,000 \leq \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak

Berarti ada perbedaan yang signifikan kualitas kemasan yang baik pada produk *body mist* eskulin dan izzii.

Tabel IV.XVI
Hasil uji *crosstabs*

Pertanyaan		STS	TS	N	S	SS	Total	
P3	produk <i>Body mist eskulin</i>	Count	0	0	10	14	24	48
		Expected count	15.0	3.5	8.5	9.0	12.0	48.0
	<i>Body mist izzati</i>	Count	30	7	7	4	0	48
		Expected count	15.0	3.5	8.5	9.0	12.0	48.0
Total	Count	30	7	17	18	24	96	
	Expected count	30.0	7.0	17.0	18.0	24.0	96.0	

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20,2019

Menentukan taraf nyata (α) dan nilai X^2 -tabel

$X^2\alpha = 5\%$ $df = (5-1) = 4$ maka di peroleh

$X^2_{0,05} = 9,487$

Maka di peroleh X^2 sebesar 9,487

Tabel IV.XVII
Hasil uji *chi square*
Chi-square tests. X1

	Value	Df	Asymp.sig (2-sided)
Pearson Chi-square	67.085 ^d	4	.000
Likelihood ratio	90.980	4	.000
Linear-by-Linear Association	64.161	1	.000
N of Valid Cases	96		

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20,2019

Uji statistik berdasarkan tabel di atas, nilai X^2 hitung 67085 > X^2 tabel 9,847 dengan signifikan sebesar $0,000 \leq \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak

Berarti ada perbedaan yang signifikan daya tahan akan keharuman produk *body mist* eskulin dan izzati.

Tabel IV.XVIII
Hasil uji *crosstabs*

Pertanyaan		STS	TS	N	S	SS	Total	
P4	produk <i>Body mist eskulin</i>	Count	0	0	5	8	35	48
		Expected count	11.0	6.5	5.0	8.0	17.5	48.0
	<i>Body mist izzi</i>	Count	22	13	5	8	0	48
		Expected count	11.0	6.5	5.0	8.0	17.5	48.0
	Total	Count	22	13	10	16	35	96
		Expected count	22.0	13.0	10.0	16.0	35.0	96.0

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20,2019

Menentukan taraf nyata (α) dan nilai X^2 -tabel

$X^2\alpha = 5\%$ $df = (5-1) = 4$ maka di peroleh

$X^2_{0,05} = 9,487$

Maka di peroleh X^2 sebesar 9,487

Tabel IV.XIX**Hasil uji *chi square******Chi-square tests. X1***

	Value	Df	Asymp.sig (2-sided)
Pearson Chi-square	70.000 ^e	4	.000
Likelihood ratio	97.041	4	.000
Linear-by-Linear Association	64.297	1	.000
N of Valid Cases	96		

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20,2019

Uji statistik berdasarkan tabel di atas, nilai X^2 hitung 70,000 > X^2 tabel

9,847 dengan signifikan sebesar $0,000 \leq \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak

Berarti ada perbedaan yang signifikan kesesuaian dengan spesifikasi produk

body mist eskulin dan izzii

Tabel IV.XX
Hasil uji *crosstabs*

Pertanyaan		STS	TS	N	S	SS	Total	
P5	produk <i>Body mist eskulin</i>	Count	0	0	7	9	32	48
		Expected count	13.5	8.5	5.5	4.5	16.0	48.0
	<i>Body mist izzi</i>	Count	27	17	4	0	0	48
		Expected count	13.5	8.5	5.5	4.5	16.0	48.0
Total		Count	27	17	11	9	32	96
		Expected count	27.0	17.0	11.0	9.0	32.0	96.0

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20,2019

Menentukan taraf nyata (α) dan nilai X^2 -tabel

$X^2\alpha = 5\%$ $df = (5-1) = 4$ maka di peroleh

$X^2_{0,05} = 9,487$

Maka di peroleh X^2 sebesar 9,487

Tabel IV.XXI**Hasil uji *chi square******Chi-square tests. X1***

	Value	Df	Asymp.sig (2-sided)
Pearson Chi-square	85.818 ^e	4	.000
Likelihood ratio	118.664	4	.000
Linear-by-Linear Association	78.333	1	.000
N of Valid Cases	96		

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20,2019

Uji statistik berdasarkan tabel di atas, nilai X^2 hitung 85,818 > X^2 tabel 9,847 dengan signifikan sebesar $0,000 \leq \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak

Berarti ada perbedaan yang signifikan kualitas kemasan yang baik pada produk *body mist* eskulin dan izzii.

Tabel IV.XXII**Hasil uji *crosstabs***

Pertanyaan		STS	TS	N	S	SS	Total	
P6	produk <i>Body mist eskulin</i>	Count	0	0	8	13	27	48
		Expected count	14.0	6.5	7.5	6.5	13.5	48.0
	<i>Body mist izzi</i>	Count	28	13	7	0	0	48
		Expected count	14.0	6.5	7.5	6.5	13.5	48.0
Total		Count	28	13	15	13	27	96
		Expected count	14.0	13.0	15.0	13.0	27.0	96.0

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20,2019

Menentukan taraf nyata (α) dan nilai X^2 -tabel

$X^2\alpha = 5\%$ $df = (5-1) = 4$ maka di peroleh

$X^2_{0,05} = 9,487$

Maka di peroleh X^2 sebesar 9,487

Tabel IV.XXIII
Hasil uji *chi square*
Chi-square tests. X1

	Value	Df	Asymp.sig (2-sided)
Pearson Chi-square	85.818 ^e	4	.000
Likelihood ratio	118.664	4	.000
Linear-by-Linear Association	78.333	1	.000
N of Valid Cases	96		

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20,2019

Uji statistik berdasarkan tabel di atas, nilai X^2 hitung $85,818 > X^2$ tabel $9,847$ dengan signifikan sebesar $0,000 \leq \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak
 Berarti ada perbedaan yang signifikan daya tahan akan keharuman produk *body mist* eskulin dan izzii.

B. Rangkuman hasil penelitian

Tabel IV.XXIV

No	Indikator	Hasil	Artinya
1	Fitur-fitur pada kemasan <i>body mist</i> eskulin dan <i>body mist izzati</i> membuat tampilannya menarik	H ₀ ditolak	Ada perbedaan yang signifikan kemasan produk <i>body mist</i> eskulin dan <i>body mist izzati</i>
2	Kualitas kemasan yang baik pada kemasan <i>body mist</i> eskulin dan <i>body mist izzati</i>	H ₀ ditolak	Ada perbedaan yang signifikan kualitas kemasan yang baik pada produk <i>body mist</i> eskulin dan <i>body mist izzati</i>
3	Daya tahan akan keharuman produk <i>body mist</i> eskulin dan <i>body mist izzati</i>	H ₀ ditolak	Ada perbedaan yang signifikan daya tahan akan keharuman produk <i>body mist</i> eskulin dan <i>body mist izzati</i>

Sumber : berdasarkan hasil penelitian seluruh pengujian,2019

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. kualitas produk *body mist* eskulin pada kemasan *body mist* eskulin ada perbedaan yang signifikan. Pada daya tahan akan keharuman pada *body mist* eskulin ada perbedaan yang signifikan dan pada kualitas kemasan produk *body mist* eskulin hasil uji membuktikan ada perbedaan, karena kualitas produk *body mist* eskulin dengan kemasan yang baik.
2. kualitas produk *body mist* izzati pada kemasan *body mist* izzati ada perbedaan yang signifikan. Pada daya tahan akan keharuman pada *body mist* izzati ada perbedaan yang signifikan dan pada kualitas kemasan produk *body mist* izzati hasil uji membuktikan ada perbedaan, karena kualitas produk *body mist* izzati dengan kemasan yang baik.

B. Saran

1. Kualitas produk dari *body mist* eskulin dirasa sudah sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. perusahaan harus mampu mempertahankan jika perlu lebih ditingkatkan lagi.
2. kualitas produk *body mist* izzati harus meningkatkan pada tingkat daya tahan keharuman pada *body mist* izzati dan perusahaan harus membuat kemasan pada *body mist* izzati lebih menarik lagi agar peminatnya meningkat.