

## BAB III

### OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian di bidang ilmu manajemen yang spesifiknya pada bidang kajian ilmu manajemen pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *COO effect* terhadap minat beli. Variabel terikat (*dependent variable*) yang digunakan sebagai objek dalam penelitian ini adalah *COO effect* yang terdiri dari empat indikator yakni, *design*, *innovativeness*, *prestige* dan *workmanship*. Variabel bebas (*independent variable*) yaitu minat beli yang terdiri dari keinginan membeli, kemungkinan membeli dan rencana membeli.

Subjek penelitian ini adalah konsumen anggota komunitas *online* Fashionese Daily. Komunitas ini adalah jaringan media *online* khusus wanita yang merupakan media berbagi informasi seputar fesyen, kecantikan dan gaya hidup. Komunitas *online* ini dipilih karena merupakan salah satu komunitas khusus wanita yang terbesar di Indonesia dan sudah berdiri lebih dari lima tahun. Selain itu berdasarkan observasi penulis terhadap aktivitas anggota komunitas ini di forum maupun di sosial media terlihat adanya minat yang tinggi seputar *fesyen*.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun yakni dari Mei-Juli 2013, oleh karena itu metode yang digunakan adalah metode *cross*

*sectional* yaitu metode penelitian yang pengambilannya datanya dilakukan dengan cepat.

## 3.2 Metode dan Desain Penelitian

### 3.2.1 Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan cara yang digunakan untuk menyelidiki masalah yang memerlukan pemecahan. Menurut Ulber Silalahi (2009:14) Metodologi merupakan satu set prinsip atau kriteria-kriteria yang dengannya para *metodologist* dapat menilai kebenaran prosedur penelitian. Jadi metodologi penelitian bermanfaat untuk menuntun dan mengarahkan penelitian agar mendapatkan hasil yang jelas.

Dalam penyusunan skripsi ini metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif. Menurut Arikunto (2010:15), “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan menyelidiki keadaan, kondisi atau hal-hal lain yang sudah disebutkan dan hasilnya dipaparkan dalam laporan penelitian.” Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan menggambarkan *COO effect* dan minat beli sepatu fesyen lokal.

Disamping itu penelitian ini juga bersifat verifikatif karena bertujuan untuk menguji hipotesis antara dua variabel dalam bentuk hubungan sebab akibat. Hipotesis dikembangkan dari penelitian terdahulu dan dilakukan analisis deskriptif dan eksploratif. Penelitian ini tergolong verifikatif karena mencoba menguji kebenaran dari hasil penelitian lain Suharsimi Arikunto (2010:15). Dalam

Rebecca Triana Siahaan, 2013

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penelitian ini akan diuji apakah terdapat pengaruh antara *COO effect* terhadap minat beli.

Dapat disimpulkan juga penelitian ini secara bersama-sama menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mengemukakan hipotesis, sedangkan metode kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis Sugiyono (2009:37).

### 3.2.2 Desain Penelitian

Menurut Arikunto (2010:90) “Desain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai ancar-ancar kegiatan yang akan dilaksanakan”. Desain penelitian merupakan perencanaan tentang penelitian dan dapat dijadikan pedoman untuk melakukan penelitian dari menentukan penelitian hingga menyimpulkan hasil penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel. yaitu variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) dan variabel independen (variabel yang mempengaruhi). Maka tujuan desain kausalitas pada penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh *COO effect* terhadap minat beli sepatu lokal

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian terdiri atas dua macam yaitu variabel terikat (*dependent variable*) yakni *country of origin effect* yang memiliki dimensi: *inovativeness, design, prestige* dan *workmanship*. Variabel bebas (*independent*

Rebecca Triana Siahaan, 2013

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*variable*) yakni minat beli yang indikatornya yang terdiri keinginan membeli produk, kemungkina membeli dan rencana membeli

Berikut tabel operasionalisasi penelitian dalam penelitian ini:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Konsep Empiris			No. Item
		Indikator	Ukuran	Skala	
<i>Country of origin Effect (X): represents the stereotypic perception that consumers hold toward the country's typical products/brands . (Roth and Romeo, 1992; Bluemelhuber et al., 2007).</i>					
	<i>Innovativeness (X<sub>1</sub>):</i> Melakukan pendekatan yang inovatif dengan	<i>Innovativeness:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penggunaan teknologi baru</li> <li>• Penciptaan ide/kreasi baru</li> <li>• Diferensiasi dengan produk sebelumnya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat penggunaan teknologi dalam pembuatan sepatu fesyen wanita lokal</li> </ul>	Ordinal	1

Rebecca Triana Siahaan, 2013

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	penggunaan teknologi, penggunaan fitur yang terbaru dan pengembangan produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemberian fitur produk baru</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat penciptaan ide atau kreasi baru baik dalam bentuk, model maupun warna</li> </ul>	Ordinal	2
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat diferensiasi produk sepatu fesyen wanita lokal dengan produk asing atau dengan yang ada sebelumnya</li> </ul>	Ordinal	3
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pemberian fitur produk yang menambah kenyamanan dan fleksibel bagi konsumen sepatu fesyen wanita lokal</li> </ul>	Ordinal	4
	<i>Design (X<sub>2</sub>)</i> : Mengembangkan tampilan produk melalui keindahan, keseimbangan, kemewahan dan keselarasan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Model yang variatif</li> <li>• Keindahan tampilan produk</li> <li>• Kombinasi yang unik</li> <li>• Keselarasan tampilan produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keragaman atau variasi model sepatu fesyen lokal</li> </ul>	Ordinal	5
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keindahan tampilan dari produk sepatu fesyen wanita lokal</li> </ul>	Ordinal	6
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kombinasi yang unik dari model, bahan dan warna dari</li> </ul>	Ordinal	7

Rebecca Triana Siahaan, 2013

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			sepatu fesyen wanita lokal		
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keselarasan tampilan produk sepatu fesyen wanita lokal</li> </ul>		
	<p><i>Prestige (X<sub>3</sub>):</i> Menumbuhkan status, kebanggaan dan eksklusifitas tersendiri dimata pelanggannya. Reputasi produk di mata pelanggan dan juga menunjukkan status dari negara asal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rasa bangga menggunakan produk lokal</li> <li>• Citra atau reputasi produk sepatu fesyen lokal dimata konsumen</li> <li>• Memberikan status tersendiri bagi penggunaanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kebanggaan konsumen dalam menggunakan produk sepatu fesyen wanita lokal</li> </ul>	Ordinal	9
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat citra positif produk sepatu fesyen wanita lokal dimata pelanggan</li> </ul>	Ordinal	10
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat reputasi konsumen terhadap kualitas produk sepatu fesyen lokal</li> </ul>	Ordinal	11
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat status yang muncul dengan penggunaan sepatu fesyen lokal</li> </ul>	Ordinal	12
	<p><i>Workmanship:</i> Memiliki keahlian, kehandalan, kepercayaan, daya tahan dan kualitas dari negara pemanufaktur.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keahlian produsen sepatu fesyen wanita lokal</li> <li>• Kehandalan produk sepatu fesyen wanita lokal</li> <li>• Kualitas produk sepatu fesyen wanita lokal</li> <li>• Daya tahan produk sepatu fesyen wanita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keahlian produsen lokal dalam menciptakan produk sepatu fesyen wanita</li> </ul>	Ordinal	13
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kehandalan produsen lokal dalam</li> </ul>	Ordinal	14

Rebecca Triana Siahaan, 2013

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		lokal	<p>menciptakan produk sepatu fesyen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kepercayaan konsumen akan kualitas dari sepatu fesyen lokal</li> <li>• Tingkat daya tahan atau keawetan produk sepatu fesyen lokal</li> </ul>	Ordinal	15
				Ordinal	16
Minat Beli (Y): Tahap sebelum keputusan pembelian berupa preferensi konsumen dalam membeli produk yang menunjukkan citra konsumen (Abedniya& Zaeim; 2011)					
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keinginan membeli produk sepatu fesyen wanita lokal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keinginan pembelian produk sepatu fesyen wanita lokal</li> </ul>	Ordinal	17
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemungkinan membeli produk sepatu fesyen wanita di waktu yang akan datang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemungkinan membeli produk sepatu fesyen lokal wanita</li> <li>• Tingkat harapan konsumen untuk bisa membeli produk sepatu fesyen</li> </ul>	Ordinal	18
				Ordinal	19

Rebecca Triana Siahaan, 2013

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			wanita lokal • Tingkat niatan konsumen untuk membeli produk sepatu fesyen wanita lokal	Ordinal	20
		• Rencana Pembelian	• Tingkat rencana pembelian untuk membeli produk sepatu fesyen wanita lokal	Ordinal	21

Sumber: Hasil olahan penulis

### 3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam melakukan penelitian ini diperlukan data-data sebagai berikut:

##### 1.) Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang berhubungan langsung dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2009:137) Sumber primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui penyebaran angket dan data hasil wawancara dengan konsumen sepatu fesyen wanita.

##### 2.) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan oleh pihak lain yang erat kaitannya dengan objek tujuan penelitian dan sifatnya yang

**Rebecca Triana Siahaan, 2013**

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



melengkapi data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui buku, majalah, jurnal dan situs internet.

Berikut ini dalam tabel 3.2. disajikan rincian berbagai data yang digunakan dalam penelitian ini beserta sumbernya

**Tabel 3.2**  
**Jenis dan Sumber Data**

No.	Jenis Data	Kategori Data	Sumber Data
1.	Pertumbuhan Sektor Industri Tekstil Barang Kulit dan Alas Kaki	Sekunder	www.kemenperin.go.id
2.	Kepercayaan Konsumen Indonesia terhadap merek	Sekunder	McKinsey Consumer and Shopper Insight Indonesia study 2011
3.	Perkembangan Nilai Impor Sektor Industri Kulit, Barang Kulit dan Alas Kaki	Sekunder	Kementerian Perindustrian
4.	Merek Sepatu Fesyen Wanita di kota Bandung	Primer	Hasil observasi lapangan penulis
5.	Persepsi konsumen terhadap kualitas produk lokal dan produk import	Primer	Hasil pra penelitian penulis

Sumber: Hasil olahan penulis, 2013

### 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah cara sistematis dan ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang relevan tentang fenomena dalam penelitian ini. Berikut beberapa teknik yang digunakan untuk mendapatkan data:

#### 1.) Angket (Kuesioner)

Angket (Kuesioner atau daftar pertanyaan) merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Metode pengumpulan angket atau kuesioner ini diperlukan sebagai data primer. Berdasarkan sifat pertanyaan kuesioner, maka kuesioner yang

**Rebecca Triana Siahaan, 2013**

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

diajukan dalam penelitian ini berupa kombinasi dari pertanyaan tertutup dan terbuka. Pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dari pertanyaan sedangkan pertanyaan terbuka yaitu pertanyaan yang bersifat bebas dan digunakan untuk menyatakan alasan dan tanggapan atas pernyataan tertutup sebelumnya.

Kuesioner ini terbagi menjadi dua bagian yaitu

a) Identitas responden

Identitas responden berisi pernyataan seputar data diri responden. Pengukuran skala yang digunakan adalah skala nominal yang adalah pengukuran yang menyatakan kategori kelompok atau klasifikasi dari konstruk. Teknik yang digunakan untuk mengukur data nominal pada kuesioner ini adalah *multiple choice* atau pilihan ganda dengan pengukuran berupa nama atau nominal tertentu berupa abjad a, b, c dan seterusnya yang mewakili nama atau tanda dari jawaban yang diperoleh.

b.) Pertanyaan Variabel

pertanyaan variabel berisi pertanyaan yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti penulis. Skala yang digunakan adalah skala interval dengan rentang interval 1-5, dari sangat setuju sampai setuju. Teknik yang digunakan adalah *agree-disagree scale* yang merupakan pengembangan dari bipolar adjective dengan mengembangkan pertanyaan setuju atau tidak setuju dalam berbagai rentang nilai.

**Rebecca Triana Siahaan, 2013**

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### **3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampling**

#### **3.5.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2009:115) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti kemudian ditarik kesimpulannya populasi penelitian ini adalah seluruh anggota. Berdasarkan pengertian tersebut maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas Fashionese Daily yang berjumlah 20.997 orang.

#### **3.5.2 Sampel**

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:131) Sampel adalah sebagian dari wakil populasi yang diteliti. Lebih lanjut Sudjana (2005:161) menyatakan sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk diteliti menggunakan cara-cara tertentu. Sampel digunakan karena jumlah populasi yang banyak dan peneliti memiliki keterbatasan waktu, biaya dan tenaga maka ditariklah sampel sebagai representasi dari populasi.

#### **3.5.3 Teknik Penarikan Sampel**

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut Ulber Silalahi (2009:271) dalam *sample nonprobabilitas*, elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi subjek dalam sampel.

**Rebecca Triana Siahaan, 2013**

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Teknik Kuota Sampling adalah teknik sampling yang dipakai untuk penelitian ini. Menurut Ulber Silalahi (2009:273) kuota sampling merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan dengan memilih sejumlah tertentu (kuota) unsur populasi menjadi anggota sampel yang paling mudah dikehendaki oleh peneliti.

Dalam penelitian ini sendiri peneliti menghendaki membuat sampel sebesar 100 anggota responden. Peneliti membagikan kuesioner sebanyak lebih dari 200, namun hanya 100 angket pertama yang dikembalikan yang dijadikan responden.

### **3.6 Rancangan Analisis Data**

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisa terlebih dahulu agar dapat menjadi sumber yang akurat dalam pengambilan keputusan. Tujuan metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan mencari kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul.

Setelah data yang diperoleh melalui kuesioner terkumpul tahap selanjutnya adalah mengolah data dan menginterpretasikannya hingga diketahui apakah terdapat pengaruh antara COO *effect* terhadap minat beli sepatu fesyen wanita lokal. Tahapan yang dilakukan penulis dalam mengolah data dalam penelitian ini yaitu:

1. Editing, yaitu memeriksa setiap kuesioner yang telah diisi oleh responden dan apakah telah melengkapi seluruh isian dalam angket.

**Rebecca Triana Siahaan, 2013**

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Skoring atau koding, tahap ini adalah proses pemberian skor ataupun kode ke dalam skor numerik atau simbol. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala interval yaitu skala yang menyatakan kategori, peringkat dan jarak konstruk yang diukur (Indrianto dan Supomo 2002:99). Skala sikap yang digunakan adalah likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2012: 132). Melalui skala likert variabel diukur menjadi indikator variabel yang setiap item dalam instrument diberi skor dari 1-5 dari sangat tidak setuju sampai setuju. Tabel 3.3 menunjukkan pengukuran skala sikap menggunakan skala likert.

**Tabel 3.3**  
**Alternatif Jawaban Berdasarkan Skala Likert**

Alternatif Jawaban	Skala					Alternatif Jawaban
Sangat Setuju	5	4	3	2	1	Sangat Tidak Setuju

3. Tabulasi, yaitu merekap data hasil skoring ke dalam tabel.
4. Tahap uji coba kuesioner, untuk mengetahui apakah instrumen penelitian telah layak digunakan. Peneliti dalam hal ini menggunakan uji validitas dan reabilitas untuk menguji kuesioner yang telah dibuat.
5. Tahap pemrosesan data, untuk menjawab tujuan penelitian ini yang bersifat deskriptif digunakan tinjauan kontinum dan perbandingan rata-rata data sampel. Untuk menjawab tujuan penelitian yang bersifat verifikatif atau asosiatif digunakan analisis regresi sederhana.

### 3.7 Uji Validitas dan Reabilitas

Rebecca Triana Siahaan, 2013

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2010:167) validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrumen menggambarkan apa yang hendak diukur. Uji validitas dalam penelitian ini didasarkan pada validitas isi yang berkaitan dengan sejauh mana suatu skala pengukuran atau instrumen mewakili keseluruhan karakteristik isi yang diukur. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal, maka untuk mengetahui besarnya koefisien validitas digunakan *factor analysis*.

Rumus korelasi yang digunakan adalah Korelasi Product Moment, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i) (\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

(Sugiyono 2009: 248)

Keputusan hasil pengujian validitas instrumen dilakukan melalui perbandingan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ).
2. Item pertanyaan dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ).

Untuk mengetahui signifikan hubungan, apakah hubungan berlaku pada keseluruhan sampel maka harus dilakukan uji signifikansi  $t_{test}$  dengan rumus:

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

Rebecca Triana Siahaan, 2013

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan membandingkan harga  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan  $dk=n-2$  dan tingkat kesalahan ( $\alpha=5\%$ ). Bila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  maka perbedaan itu dianggap signifikan dan item pertanyaan dinyatakan valid. Adapun rumus  $t_{test}$  yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hasil uji coba instrumen untuk setiap item pertanyaan pada penelitian ini yang terdiri dari 21 item dengan bantuan software SPSS. 20 menunjukkan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner tersebut valid. Tabel 3.5 menunjukkan rincian hasil pengujian validitas instrumen.

**Tabel 3.5**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian**

No.	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>Variabel X (COO Effect)</b>				
1	Sepatu fesyen wanita lokal menggunakan teknologi tinggi dalam pembuatannya.	0.398	0.374	Valid
2	Sepatu fesyen wanita lokal memiliki ide atau kreasi baru dalam bentuk, model maupun warna.	0.582	0.374	Valid
3	Saya merasakan diferensiasi antara produk sepatu fesyen wanita lokal dengan produk asing atau dengan produk sebelumnya.	0.392	0.374	Valid
4	Sepatu fesyen wanita lokal nyaman dipakai dikaki saya.	0.805	0.374	Valid
5	Model sepatu fesyen wanita lokal beragam atau variatif dimata saya.	0.774	0.374	Valid
6	Menurut saya sepatu fesyen wanita lokal mempunyai keindahan tampilan.	0.829	0.374	Valid
7	Sepatu fesyen wanita lokal memiliki kombinasi yang unik dari model, bahan dan warna.	0.788	0.374	Valid

Rebecca Triana Siahaan, 2013

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

8	Sepatu fesyen lokal wanita memiliki keselarasan dalam hal tampilan produk	0.699	0.374	Valid
9	Ada kebanggaan tersendiri bagi saya menggunakan produk sepatu fesyen wanita lokal	0.633	0.374	Valid
10	Sepatu fesyen wanita lokal memiliki citra positif menurut saya.	0.673	0.374	Valid
11	Reputasi tentang kualitas sepatu fesyen wanita lokal baik menurut saya.	0.782	0.374	Valid
12	Penggunaan sepatu fesyen lokal memunculkan status tersendiri bagi saya	0.718	0.374	Valid
13	Produsen lokal memiliki keahlian dalam menciptakan produk sepatu fesyen wanita	0.757	0.374	Valid
14	Produsen lokal saya akui keahliannya dalam menciptakan produk sepatu fesyen wanita.	0.822	0.374	Valid
15	Saya mempercayai kualitas sepatu fesyen wanita lokal.	0.818	0.374	Valid
<b>Variabel Y (Minat Beli)</b>				
16	Sepatu fesyen wanita lokal memiliki daya tahan tinggi	0.674	0.374	Valid
17	Saya ingin membeli produk sepatu fesyen lokal dimasa yang akan datang	0.901	0.374	Valid
18	Ada kemungkinan untuk saya membeli produk sepatu fesyen lokal dimasa yang akan datang.	0.904	0.374	Valid
19	Saya berharap untuk bisa membeli sepatu fesyen wanita lokal.	0.877	0.374	Valid
20	Saya berniat untuk membeli sepatu fesyen wanita lokal	0.903	0.374	Valid
21	Saya kedepannya akan lebih sering membeli sepatu fesyen wanita lokal	0.668	0.374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan data, Juni 2013

### 3.7.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah teknik yang digunakan untuk menguji instrument

yang digunakan apakah telah konsisten dalam mengumpulkan data. Uji Reabilitas

**Rebecca Triana Siahaan, 2013**

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



dilakukan untuk menguji sejauh mana indikator bersifat homogen dan menggambarkan suatu variabel. Uji reabilitas yang digunakan adalah *Cronbach's Alpha Reability*. Suatu variabel dianggap reliabel jika memiliki koefisien *Cronbach's Alpha Reability* lebih besar dari 0.600. Adapun rumus dari *Cronbach's Alpha Reability* yaitu:

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

(Arikunto 2010:239)

**TABEL 3.6**

**HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN**

No.	Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
1	<i>Country of Origin Effect (X)</i>	0.93	Reliable
2	Minat Beli (Y)	0.90	Reliable

Sumber : Hasil Pengolahan data dengan SPSS 20

Dari tabel 3.6 terlihat bahwa koefisien reliabilitas instrumen untuk variabel persepsi COO adalah sebesar 0.93 dan koefisien reliabilitas instrumen untuk variabel minat beli sebesar 0.90. Angka ini lebih besar dari 0.600 yaitu batas penerimaan reabilitas suatu variabel (Batra et.al, 2010 dan Abedniya, 2011). Maka seluruh item pertanyaan dinyatakan reliabel.

**Rebecca Triana Siahaan, 2013**

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3.8 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

#### 3.8.1 Teknik Analisis Data

Skala ordinal adalah skala yang menunjukkan tingkatan-tingkatan (Arikunto: 2010,159). Skala yang digunakan dalam instrumen penelitian ini adalah skala ordinal. Untuk bisa menerapkan statistik parametrik dalam analisis data maka diharuskan mengubahnya kedalam skala interval melalui *Method Successive Interval* (MSI).

##### 1. *Method Successive Interval* (MSI)

Langkah-langkahnya melalui beberapa tahap dibawah ini:

1. Berdasarkan jawaban responden untuk setiap jawaban hitung proporsi setiap pilihan jawaban
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap jawaban, hitung proporsi setiap pilihan jawaban.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pertanyaan hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
4. Untuk setiap pertanyaan, tentukan nilai batas Z untuk setiap pilihan jawaban.

$$f(Z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{1}{2}Z^2}$$

5. Hitung *scale value* (nilai interval rata-rata) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{Kepadatan batas atas}}{\text{Daerah di bawah batas atas} - \text{Daerah di bawah batas bawah}}$$

Rebecca Triana Siahaan, 2013

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

6. Hitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan persamaan berikut:

$$\text{Score} = \text{Scale value} + \left| \text{Scale Value}_{\text{minimum}} \right| + 1$$

## 2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi juga digunakan sebagai alat analisis karena merupakan salah satu teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat kuantitatif. Teknik ini digunakan untuk mengetahui derajat hubungan data kuantitatif.

Analisis Korelasi Pearson Product Moment adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen). Teknik ini merupakan teknik statistik parametrik yang menggunakan data interval atau rasio dengan beberapa persyaratan yaitu data berdistribusi normal, data yang dipilih secara random dan berpola linier.

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i) (\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2009:284)

Untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel tersebut dapat dilihat pada tabel 3.7

**Tabel 3.7**  
**Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0.000-0.199	Sangat Rendah

Rebecca Triana Siahaan, 2013

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

0.200-0.399	Rendah
0.400-0.599	Sedang
0.600-0.799	Tinggi
0,800-1.000	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2009:250)

Selanjutnya untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Nilai Koefisien Determinan

r = Nilai Koefisien Korelasi

### 3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Adapun alat analisis yang digunakan ialah analisis regresi linear sederhana. Menurut Riduwan (2010:76) Regresi linear sederhana digunakan untuk memperkirakan atau memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui. Berikut persamaan regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan: Y = Subjek variabel terikat yang diprediksi

X = Variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan

a = Konstanta harga Y jika X=0

b = Nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menentukan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

Setelah mendapatkan persamaan regresinya maka dilakukan uji signifikasinya yaitu:

$$F_{hitung} = \frac{\text{Rata - rata jumlah kuadrat regresi}}{\text{Rata - rata jumlah kuadrat residu}}$$

### 3.8.2 Uji Hipotesis

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas adalah *COO effect*, sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah minat beli. Hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara *COO effect* terhadap minat beli.

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui besarnya kontribusi variabel bebas kepada variabel terikat. Hipotesis tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
**Struktur Hubungan Variabel X dan Variabel Y**

Untuk menguji hipotesis ini digunakan uji hipotesis statistik dalam bentuk matematis yaitu:

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_a : \beta \neq 0$$

**Rebecca Triana Siahaan, 2013**

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keterangan :

$\beta$  merupakan lambang matematis dari koefisien regresi linier

$\beta > 0$  menunjukkan adanya uji pihak kanan

Dalam mengambil keputusan untuk menguji hipotesis ini digunakan rumus dari distribusi student adalah:

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

(Riduan,2008:137)

Keterangan:  $t_{hitung}$  = Nilai t

$r$  = nilai koefisien korelasi

$n$  = jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan  $dk (n-2)$  serta pada uji satu pihak yaitu pihak kanan dapat dikemukakan pengujian hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$  berarti tidak terdapat pengaruh antara *COO effect* terhadap minat beli sepatu fesyen wanita lokal di komunitas Fashionese Daily, sedangkan  $H_a : \beta \neq 0$  berarti terdapat pengaruh antara *COO effect* terhadap minat beli sepatu fesyen wanita lokal di komunitas Fashionese Daily.

**Rebecca Triana Siahaan, 2013**

Pengaruh Country Of Origin Effect Terhadap Minat Beli (Survei Kepada Konsumen Sepatu Fesyen Wanita Lokal Di Komunitas Fashionese Daily)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu