

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menganalisis Pengaruh Produk *Bundling* terhadap Keputusan Penggunaan. Penelitian ini meneliti dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (*independent variabel*) dalam penelitian ini adalah dimensi produk *bundling* yang ditinjau dari beberapa indikator, diantaranya : ketepatan, harga, kemenarikan, dan cara penggabungan produk. Sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependent variabel*) adalah dimensi keputusan penggunaan yang ditinjau dari beberapa indikator diantaranya: *physical features* (fitur fisik), *social features* (fitur sosial), *time* (waktu), *task features* (fitur tugas), *current condition* (kondisi saat ini). Penelitian ini dilakukan pada pengguna produk *bundling* First Media di kota Bandung. Objek penelitian ini difokuskan pada pengaruh diterapkannya produk *bundling* sebagai upaya untuk meningkatkan keputusan penggunaan yang dilihat dari perspektif ilmu manajemen khususnya Manajemen Pemasaran. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun maka digunakan metode *cross sectional* yaitu penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). (Husain Umar (2008:45))

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan**

Untuk mengadakan penelitian, penulis terlebih dahulu harus menentukan metode yang akan digunakan dalam penelitian, karena hal ini akan menjadi langkah-langkah yang harus dilakukan dalam penelitian, sehingga akan didapatkan data yang valid, dan dapat mencapai tujuan dan kegunaan tertentu. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:2) bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Melalui jenis penelitian deskriptif diperoleh gambaran mengenai variabel produk *bundling* dan keputusan penggunaan, sedangkan jenis penelitian verifikatif menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dimana dalam penelitian akan mengkaji pengaruh variabel produk *bundling* terhadap keputusan penggunaan internet dan TV berlangganan.

Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei penjelasan (*explanatory survey method*). Metode ini dilakukan pada populasi besar ataupun populasi kecil, dan fokus pada penjelasan hubungan-hubungan antar variabel. Maholtra (2010:96) menyatakan bahwa *explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti terdahulu. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok fokus dapat memberikan wawasan yang berharga.

Survei dilakukan di lapangan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sampel responden untuk memperoleh fakta yang relevandan *up to date* mengenai hubungan kausal dan pengujian hipotesis.

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel**

Sugiyono (2013:38) menyatakan bahwa suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari ditarik kesimpulannya. Sedangkan Kerlinger dalam Sugiyono (2013:38) mengemukakan variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari.

Operasionalisasi variabel untuk membatasi agar pembahasan tidak terlalu mekuas. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu produk bundling sebagai variabel X dan keputusan penggunaan sebagai variabel Y. Variabel produk bundling (X) atau variabel bebas atau variabel independent, sedangkan variabel

keputusan penggunaan (Y) atau variabel terikat atau variabel dependent. Rincian variabel X dan variabel Y dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut.

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL PRODUK *BUNDLING* (X)**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN(Y)**

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
Produk <i>Bundling</i> (X)	Sari dan Rusli (2009:114) mengemukakan bahwa produk <i>bundling</i> adalah salah satu strategi dalam pemasaran, yang merupakan strategi untuk menggabungkan penjualan beberapa produk menjadi satu paket penjualan dalam satu harga.	Ketepatan	1. Tingkat ketepatan pilihan produk <i>bundling</i>	Interval	1
			2. Tingkat kemudahan menggunakan produk <i>bundling</i>	Interval	2
			3. Tingkat ketepatan media promosi	Interval	3
			4. Tingkat ketepatan waktu promosi	Interval	4
			5. Tingkat ketepatan jangka waktu pelaksanaan <i>bundling</i>	Interval	5
		Harga	6. Tingkat kesesuaian harga varian produk <i>bundling</i>	Interval	6
			7. Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas	Interval	7
			8. Tingkat perbandingan harga dengan pesaing	Interval	8
		Kemenarikan	9. Tingkat manfaat produk <i>bundling</i> yang ditawarkan	Interval	9
			10. Tingkat kemudahan dalam	Interval	10

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
			mendapatkan produk <i>bundling</i> yang dibutuhkan		
			11. Tingkat keberagaman produk <i>bundling</i>	Interval	11
			12. Tingkat kemenarikan yang diberikan produk <i>bundling</i>	Interval	12
			13. Tingkat <i>bundling</i> produk yang sesuai dengan kebutuhan	Interval	13
		Cara penggabungan produk	14. Tingkat penggabungan produk yang menarik	Interval	14
Keputusan Penggunaan (Y)	Kotler dan Amstrong (2016:181) mengatakan keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli.				
			15. Tingkat keunikan produk <i>bundling</i>	Interval	15
		<i>Physical features</i> (Fitur fisik)	16. Tingkat kesesuaian produk <i>bundling</i> dengan keinginan pengguna	Interval	16
			17. Tingkat kesesuaian pemasangan produk	Interval	17
		<i>Social features</i> (Fitur sosial)	18. Tingkat frekuensi saluran interaksi dunia maya atau media sosial	Interval	18
			19. Tingkat peran nyata pengguna	Interval	19
		<i>Time</i> (Waktu)	20. Tingkat pembelian berdasarkan kekuatan daya tahan produk	Interval	20
			21. Tingkat perbedaan produk lama dan produk baru	Interval	21

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
		<i>Task features</i> (Fitur tugas)	22. Tingkat kualitas produk yang ditawarkan	Interval	22
			23. Tingkat pemberian informasi bagi pengguna	Interval	23
		<i>Current condition</i> (Kondisi saat ini)	24. Tingkat kenyamanan dan kepuasan konsumen	Interval	24

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data merupakan informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh (Suharsimi Arikunto, 2010:129). Terdapat dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Surakhmad dalam Rahayu (2011:47) menyatakan bahwa sumber data primer adalah sumber yang memberikan data langsung dari tangan pertama, sedangkan sumber sekunder adalah sumber yang mengutip dari sumber lain. Adapun sumber-sumber data penelitian disajikan dalam Tabel 3.2 berikut:

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No.	Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
1	Perkembangan Ekonomi di Indonesia	www.bps.go.id	Sekunder
2	Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2011-2014	www.apjii.or.id	Sekunder
3	Top Brand ISP Fixed di Indonesia Tahun 2012-2014	www.topbrand-award.com	Sekunder
4	Pertumbuhan Pelanggan TV Berlangganan di Indonesia Taun 2011-2014	www.slideshare.com	Sekunder
5	<i>Market Share</i> TV Berlangganan di Indonesia 2011-2014	www.slideshare.com	Sekunder
6	Top Brand TV Kabel di Indonesia Tahun 2012-2014	www.topbrand-award.com	Sekunder
7	Pengguna First Media di Indonesia	dari berbagai sumber	Primer
8	Produk <i>Bundling</i> First Media	dari berbagai sumber	Primer

Sumber: Hasil pengolahan data 2015

### **3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel**

#### **3.2.4.1 Populasi**

Dalam pengumpulan dan analisis data penelitian, langkah yang paling penting adalah menentukan populasi penelitian. Sugiyono (2013:80) mendefinisikan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini dilakukan pada bulan Nopember 2014 hingga Agustus 2015, sehingga populasi dalam penelitian ini adalah pengguna First Media di Kota Bandung pada bulan Nopember 2014 hingga Agustus 2015 yaitu sebanyak 60.000 orang (Sumber: [www.detik.com](http://www.detik.com), diakses 23 Mei 2016).

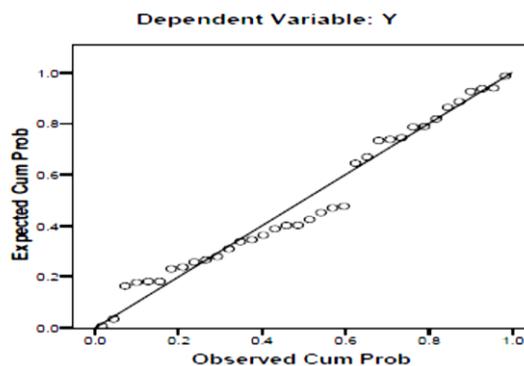
#### **3.2.4.2 Sampel**

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:131) mendefinisikan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang teliti. Untuk memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memilikipeluang yang sama untuk menjadi sampel. Sedangkan menurut Sugiyono (2013:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini tidak mungkin semua populasi dapat diteliti, hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, diantaranya keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga, dan waktu yang tersedia.

Setelah dilakukannya penarikan sampel maka dilakukan pula uji normalitas. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah populasi memiliki distribusi normal atau tidak sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Adapun tujuan dari dilakukannya uji normalitas data adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Pada penelitian ini, untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *Normal Probability Plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak di sekitar garis diagonal pada *Normal Probablity Plot* yaitu data kiri di bawah ke kanan atas. Pengujian kenormalan data juga dilakukan menggunakan uji Liliefors yang diolah

menggunakan SPSS. Kriteria pengujian adalah jika signifikansi > 0,1 maka data dikatakan berdistribusi normal. Gambar 3.1 memperlihatkan normal probability plot yang digunakan untuk mendeteksi apakah data yang akan digunakan berdistribusi normal atau tidak.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**GAMBAR 3.1**  
**GARIS NORMAL PROBABILITY PLOT**

Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, digunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2008:141), yakni ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan presentasi kelonggaran ketidaktelitian, karena dalam pengambilan sampel dapat ditolelir atau diinginkan. Dalam pengambilan sampel ini digunakan taraf kesalahan sebesar 10%. Adapun rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolelir  
(e = 0,1)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{60.000}{601} = 99,83 \text{ responden}$$

Dari perhitungan tersebut maka yang dijadikan respondennya adalah sebanyak 99,83 responden, sehingga dibulatkan menjadi 100 responden.

### 3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Sugiyono (2013:81) mengemukakan teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Menurut Sugiyono (2013:82) bahwa:

Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu **Probability Sampling** dan **Nonprobability Sampling**. *Probability Sampling* meliputi, *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *cluster sampling*. *Nonprobability Sampling* meliputi sampling sistematis, *sampling kuota*, *sampling aksidental*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, dan *sowball sampling*.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*. Menurut Maholtra (2009:380) dalam sampling acak sederhana setiap unsur dalam populasi memiliki probabilitas yang sama dikenal dan seleksi. Selanjutnya setiap sampel yang mungkin dari suatu ukuran tertentu (n) memiliki probabilitas yang sama dikenal dan menjadi sampel benar-benar dipilih. Implikasi dalam prosedur sampling acak adalah bahwa setiap elemen dipilih secara independen dari setiap elemen lain.

Peneliti memberi hak untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel. Oleh karena itu hak setiap subjek sama, maka peneliti terlepas dari perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subjek untuk dijadikan sampel.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Uep dan Sambas dalam Dewi (2012:38) menyebutkan bahwa cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan teknik pengumpulan data yang tepat sesuai dengan karakteristik dari satuan pengamatan yang akan diungkap atau diketahui. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Kuesioner

Teknik dan alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner.

Dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada

responden yaitu pengguna produk *bundling* First Media di kota Bandung. Kuesioner ini mengemukakan beberapa pertanyaan tertulis yang mencerminkan pengukuran indikator dari variabel X yaitu produk *bundling* dan variabel Y yaitu keputusan penggunaan.

## 2. Wawancara

Dengan metode wawancara, agar data yang diperoleh dapat lebih dalam dan rinci, maka penulis menggunakan teknik wawancara, hal ini bertujuan untuk mendukung data yang didapatkan lewat kuesioner tersebut. Diharapkan data-data yang nantinya di dapatkan lewat pengisian kuesioner beserta wawancara ini, dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya di dalam organisasi tersebut.

## 3. Studi Literatur

Studi literatur adalah pengumpulan data dan informasi melalui buku-buku, makalah, internet, karya ilmiah lainnya guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti.

## 4. Observasi

Upaya untuk memperoleh data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian.

### 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas

Sebelum pelaksanaan penelitian terlebih dahulu dilakukan tahap persiapan diantaranya melaksanakan orientasi lapangan penelitian pendahuluan. Orientasi lapangan dilakukan antara lain untuk mengumpulkan bahan/informasi bagi penyusunan instrument/alat ukur penelitian. Penelitiann pendahuluan dimaksudkan untuk mengadakan kesahihan (*Validity*) dan keterandalan (*Realibility*) alat ukur yang telah disusun dalam penelitian ini.

#### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari suatu instrumen, artinya bahwa instrument yang dipakai benar-benar mengukur apa yang

seharusnya diukur. Formula yang digunakan untuk tujuan ini adalah rumus korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson, yaitu:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Anwar Sanusi, 2013:77})$$

Keterangan:

- r = Koefisien Korelasi  
 X = Skor Butir  
 Y = Skor Total Butir  
 N = Jumlah Sampel (Responden)

“Selanjutnya, nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel menggunakan derajat bebas ( $n - 2$ ). Jika nilai r hasil perhitungan lebih besar daripada nilai r dalam tabel pada alfa tertentu maka berarti signifikan sehingga disimpulkan bahwa butir pertanyaan atau pernyataan itu valid.” (Anwar Sanusi, 2013:77)

Dari penelitian yang akan diuji adalah validitas dari produk *bundling* sebagai variabel X, keputusan penggunaan sebagai variabel Y. Jumlah item pertanyaan untuk variabel X yaitu 14 item, sedangkan untuk item pertanyaan variabel Y berjumlah 10 item. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.3 dan 3.4 berikut ini:

**TABEL 3.3**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL X**  
**(PRODUK *BUNDLING*)**

No	Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
<b>Produk <i>Bundling</i></b>				
<b>1. Ketepatan</b>				
1	Ketepatan pemilihan produk <i>bundling</i>	0,568	0,250	Valid
2	Ketepatan efisiensi produk <i>bundling</i>	0,397	0,250	Valid
3	Ketepatan media promosi	0,309	0,250	Valid
4	Ketepatan waktu promosi	0,575	0,250	Valid
5	Ketepatan jangka waktu pelaksanaan <i>bundling</i>	0,380	0,250	Valid
<b>2. Harga</b>				
6	Harga produk <i>bundling</i> yang sesuai varian	0,522	0,250	Valid
7	Harga produk <i>bundling</i> yang sesuai kualitas	0,388	0,250	Valid
8	Harga dibandingkan pesaing	0,591	0,250	Valid
<b>3. Kemenarikan</b>				
9	Kemenarikan produk <i>bundling</i>	0,508	0,250	Valid
10	Kemudahan mendapatkan produk <i>bundling</i>	0,365	0,250	Valid
11	Keberagaman produk <i>bundling</i>	0,469	0,250	Valid
12	Manfaat produk <i>bundling</i>	0,437	0,250	Valid
<b>4. Cara penggabungan produk</b>				
13	<i>Bundling</i> produk yang sesuai	0,553	0,250	Valid

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
----	------------	--------------	-------------	------------

**Produk Bundling**

14	Penggabungan produk yang menarik	0,684	0,250	Valid
----	----------------------------------	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian 2015 (Menggunakan SPSS 21.0 For Windows)

Berdasarkan kuisioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat bebas (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 0,250, dari tabel hasil pengujian validitas diketahui bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid karena memiliki  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

Tabel 3.3 pada instrumen variabel produk *bundling* dapat diketahui bahwa nilai tertinggi pada dimensi cara penggabungan produk dengan item pernyataan penggabungan produk yang menarik, yang bernilai 0,684, sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi ketepatan dengan item pernyataan ketepatan media promosi yang bernilai 0,309, sehingga dapat ditafsirkan indeks korelasinya tinggi.

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL Y**  
**(KEPUTUSAN PENGGUNAAN)**

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Keputusan Penggunaan</b>				
<b>1. Physical Features (Fitur Fisik)</b>				
1	Keunikan produk <i>bundling</i>	0,415	0,250	Valid
2	Kesesuaian produk <i>bundling</i> dengan keadaan saat ini	0,469	0,250	Valid
3	Lokasi Pemasangan Produk	0,402	0,250	Valid
<b>2. Social Features (Fitur Sosial)</b>				
4	Interaksi media sosial	0,692	0,250	Valid
5	Peran nyata pengguna	0,616	0,250	Valid
<b>3. Time (Waktu)</b>				
6	Penggunaan berdasarkan kekuatan daya tahan produk	0,440	0,250	Valid
7	Perbedaan produk lama dan produk baru	0,602	0,250	Valid
<b>4. Task (Tugas)</b>				
8	Kualitas produk yang ditawarkan	0,451	0,250	Valid
9	Pemberian informasi bagi pengguna	0,536	0,250	Valid
<b>5. Current Condition (Kondisi saat ini)</b>				
10	Kenyamanan dan kepuasan pengguna	0,418	0,250	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian 2015 (Menggunakan SPSS 21.0 For Windows)

Berdasarkan Tabel 3.4 hasil uji coba pada instrumen variabel keputusan penggunaan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *social features* (fitur sosial) dengan item pertanyaan interaksi media sosial yang bernilai 0,692 sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *physical features* (fitur fisik) dengan item pertanyaan lokasi pemasangan produk yang bernilai 0,402. Maka dapat diinterpretasikan korelasinya relatif tinggi.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya juga. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan *internal consistency* dengan teknik belah dua (*split half*) yaitu dilakukan dengan jalan membelah dua skor masing-masing jumlah item, yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown, yaitu :

$$r_1 = \frac{2r_b}{1+r_b} \quad (\text{Sugiyono, 2013:136})$$

Keterangan :

$r_1$  = Reliabilitas seluruh instrumen

$r_b$  = Korelasi *Product moment* antara belahan pertama dan kedua

Pengujian reliabilitas tersebut menurut Sugiyono (2012:190) dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan genap.
2. Skor data dari tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

Keputusan uji reliabelitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ ) maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ ) maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Anwar Sanusi (2013:80) mengemukakan bahwa reliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, reliabilitas ini mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya juga. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan *internal consistency* dengan teknik belah dua (*split half*) yaitu dilakukan dengan jalan membelah dua skor masing-masing jumlah item, yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown, yaitu:

$$r_{sb} = \frac{2r_{pm}}{1+r_{pm}} \quad (\text{Anwar Sanusi, 2013:83})$$

Keterangan :

$r_{sb}$  = nilai realibilitas instrumen

$r_b$  = nilai korelasi product moment

Pengujian reliabilitas tersebut menurut Sugiyono (2012:190) dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan genap.
2. Skor data dari tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_1$ )  $> r_{tabel}$  dengan signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_1$ )  $\leq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for Windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,250.

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
1	Produk <i>Bundling</i>	0,441	0,250	Reliabel
2	Keputusan Penggunaan	0,884	0,250	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2015 (Menggunakan SPSS 21.0 *for Windows*)

### 3.2.7 Teknik Analisis Data

Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

2. Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Memberi skor pada setiap item

Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh produk *bundling* terhadap keputusan penggunaan dengan menggunakan skala pengukuran

berupa skala likert. Pernyataan yang diajukan dalam angket terdiri dari 7 alternatif jawaban yang harus dipilih oleh responden, berikut diperlihatkan pada Tabel 3.6.

**TABEL 3.6**  
**SKOR ALTERNATIF JAWABAN**

Alternatif Jawaban	Setuju/Baik/ Sesuai	Rentang Jawaban						Tidak Setuju/Tidak Baik/Tidak Sesuai
		7	6	5	4	3	2	

Sumber: Modifikasi dari Husein Umar (2008:99)

### 3. Pengujian

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode verifikatif, maka dilakukan analisis linier regresi sederhana. Dalam hal ini analisis linier regresi sederhana digunakan untuk menentukan besarnya variabel X terhadap Y baik secara langsung maupun tidak langsung.

#### 3.2.7.1 Analisis Deskriptif

Data mentah yang telah terkumpul dari hasil kuisisioner atau survei lapangan harus diolah agar memperoleh makna yang berguna bagi pemecahan masalah. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat pada penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh produk *bundling* terhadap keputusan penggunaan.

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikasinya, penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kuantitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

### 1. Analisis Deskriptif Variabel X (Produk *Bundling*)

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap produk *bundling* yang meliputi: ketepatan, harga, kemenarikan, dan cara penggabungan produk.

### 2. Analisis Deskriptif Variabel Y (Keputusan Penggunaan)

Variabel Y yang diteliti terfokus pada Keputusan Penggunaan yang meliputi physical features (fitur fisik), social features (fitur sosial), time (waktu), task features (fitur tugas), current condition (kondisi saat ini).

Untuk mengkatagorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.7 sebagai berikut :

**TABEL 3.7**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

No.	Kriteria	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1%-25%	Sebagian kecil
3	26%-49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51%-75%	Sebagian Besar
6	76%-99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber : Moch. Ali (1985:184)

### 3.2.7.2 Analisis Verifikatif Menggunakan Regresi Linier Sederhana

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh produk *bundling* terhadap keputusan penggunaan yaitu menggunakan analisis regresi linear sederhana karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel yaitu variabel bebas, yaitu produk *bundling* dan variabel terikat, yaitu keputusan penggunaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Analisis ini digunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh produk *bundling* terhadap keputusan penggunaan.

Regresi adalah suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil

(Riduwan dan Kuncoro, 2011:83). Regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel bebas yaitu produk *bundling* dan satu variabel terikat yaitu keputusan penggunaan. Analisis regresi linear sederhana dapat dilakukan jika memenuhi asumsi dan persyaratan analisis, selain data harus berskala interval, data juga harus berdistribusi normal, berpola linear dan data yang dihubungkan mempunyai pasangan yang sama sesuai dengan subjek yang sama (Riduwan dan Kuncoro, 2011:84).

## 1. Asumsi Analisis Regresi Sederhana

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak digunakan dengan cara membaca interpretasi grafik yaitu data berdistribusi normal jika semua pencaran titik yang diperoleh berada disekitar garis lurus. Untuk menguji normalitas data dengan SPSS, maka lakukan langkah berikut:

1. *Entry* data atau buka *file* data yang akan dianalisis
2. Pilih menu berikut ini, *Analyze, Descriptive Statistics, Explore*. Misalnya, Kolmogrov-Simirnov. Hipotesis yang diuji:

$H_0$ : Sampel berasal dari populasi berdistribusi normal

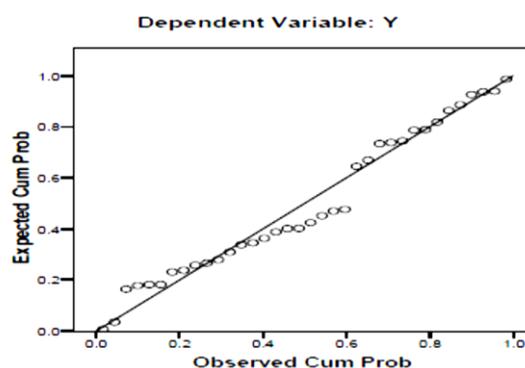
$H_1$ : Sampel tidak berasal dari populasi berdistribusi normal

Hasil output uji normalitas tersebut menjelaskan bahwa titik-titik akan tersebar disekitar garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua populasi berdistribusi normal. Untuk menetapkan kenormalan, kriteria yang berlaku adalah sebagai berikut:

1. tetapkan taraf signifikansi uji  $\alpha = 10\%$
2. Bandingkan  $\alpha$  dengan taraf signifikansi yang diperoleh.
3. Jika signifikansi yang diperoleh  $> \alpha$ , maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal
4. Jika signifikansi yang diperoleh  $\leq \alpha$ , maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal

Berikut Gambar 3.2 memperlihatkan *normal probability plot* yang digunakan untuk mendeteksi apakah data yang akan digunakan berdistribusi normal atau tidak.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**GAMBAR 3.2**  
**GARIS NORMAL PROBABILITY PLOT**

#### b. Uji Linearitas

Menurut Sudjana (2005:331), “Uji linearitas regresi digunakan untuk menguji kelinearan regresi, yaitu apakah model linear yang diambil betul-betul cocok dengan keadaannya atau tidak”. Apabila ternyata cocok atau linear, maka pengujian dilanjutkan dengan model sederhana. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
2. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

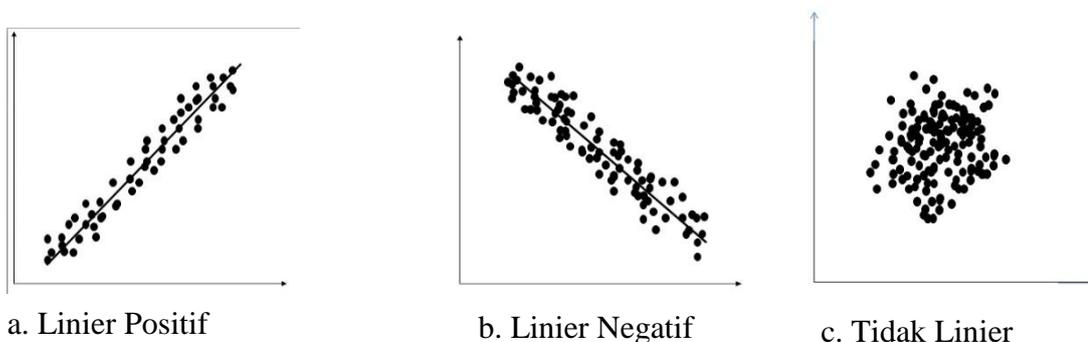
Pada taraf kesalahan 10% dengan derajat kebebasan (dk) pembilang (k-2) dan dk penyebut (n-k) serta pihak kanan secara statistik (Sudjana: 2001:18), pengujian hipotesis kelinearan yaitu:

$H_0: \beta \leq 0$ , artinya produk *bundling* dengan keputusan penggunaan koefisien arah regresinya tidak linear.

$H_a: \beta > 0$ , artinya produk *bundling* dengan keputusan penggunaan koefisien arah regresinya linear.

### c. Diagram Pencar

Diagram pencar atau diagram serak (*Scatter Plot*) digunakan untuk menunjukkan ada tidaknya hubungan antara variabel X dan variabel Y melalui penggambaran nilai dari variabel-variabel tersebut. Diagram pencar menggunakan sistem koordinat cartesius. Pada koordinat tersebut, pada sumbu X diletakkan nilai variabel bebas dan pada sumbu Y diletakkan nilai variabel terikat. Tujuan diagram pencar untuk mengetahui apakah titik-titik koordinat diagram membentuk pola tertentu. Dalam diagram selanjutnya ditarik suatu garis yang dapat membagi dua titik koordinat pada kedua sisinya. Garis yang ditarik diupayakan sesuai, menggambarkan kecenderungan data yang tersebar (*garis best fit*). Dari garis tersebut, dapat diketahui korelasi antara dua variabel sekaligus arah atau bentuk arah hubungan. Jika garis naik, artinya hubungan positif dan jika arah garis turun, maka jenis hubungan negatif. Jika terjadi beberapa garis berarti tidak ada korelasi dan apabila titik-titik tepat melalui garis-garis berarti korelasinya sempurna. Berikut Gambar 3.3 menggambarkan diagram linearitas.



**GAMBAR 3.3**  
**DIAGRAM LINIERITAS**

### d. Uji Titik Terpencil

Setelah diketahui, model diagram pencar dan telah menunjukkan pola garis lurus atau linear, langkah selanjutnya adalah memperhatikan titik-titik yang letaknya terpencil pada diagram pencar. Statistik uji yang digunakan adalah :

$$t = \frac{Y - \hat{Y}}{S_{Y-\hat{Y}}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:19)

Keterangan:

$\hat{Y}$  : variabel dependen atau nilai variabel yang diprediksikan.

Y : skor nilai variabel dependen

$S_Y$  : Standar error untuk Y

Dimana kriteria yang digunakan dalam uji ini yaitu:

$t > t_{n-2}$  : Tolak  $H_0$ , artinya titik yang mencurigakan dianggap sebagai titik terpercil dan harus dikeluarkan.

$t \leq t_{n-2}$  : Terima  $H_0$ , artinya titik yang mencurigakan tidak dianggap sebagai titik terpercil dan tidak perlu dikeluarkan dari analisis.

## 2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan kausal dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear sederhana karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel. Analisis yang dipergunakan adalah untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel bebas, yaitu produk *bundling* terhadap variabel terikat, yaitu keputusan penggunaan. Maka bentuk umum persamaannya adalah:

$$Y' = a + bX$$

(Sugiyono, 2013:270)

Dimana:

$Y'$  = subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = harga Y bila  $X=0$  (harga konstan)

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadipenurunan.

X = subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi adalah sebagai berikut:

- a. Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu  $\sum Xi, \sum Yi, \sum XiYi, \sum Xi^2, \sum Yi^2$
- b. Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sugiyono (2013:272) sebagai berikut:

Nilai dari a dan b pada persamaan regresi linear dapat dihitung dengan rumus:

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

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

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan pada nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

### 3.2.7.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari dua variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, dengan asumsi  $0 \leq r^2 \leq 1$  menggunakan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\% \quad (\text{Riduwan, 2010:81})$$

Keterangan:

KD = Nilai Koefisien Determinasi

r = Nilai Koefisien Korelasi

100% = Konstanta

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada table 3.8:

**TABEL 3.8**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRESTASI KOEFISIEN DETERMINASI**

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0%-19,99%	Sangat lemah
20%-39,99%	Lemah
40%-59,99%	Sedang
60%-79,99%	Kuat
80%-100%	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2013:95)

### 3.2.7.4 Rancangan Pengujian Hipotesis

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis ialah:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \text{ (Sugiyono, 2013:250)}$$

Keterangan:

- t = nilai yang dihitung
- r = korelasi *product moment*
- n = banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari terlebih dahulu nilai dari  $t_{hitung}$  dan dibandingkan dengan nilai dari  $t_{tabel}$  dengan taraf kesalahan  $\alpha=10\%$  atau  $\alpha=0,10$  dengan derajat dk (n-2) serta uji satu pihak yaitu uji pihak kanan, maka:

1. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0: \rho \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara produk *bundling* terhadap keputusan penggunaan

$H_a: \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh yang positif antara produk *bundling* terhadap keputusan penggunaan