

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian dan Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan mempergunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, dan datanya berwujud bilangan (skor, nilai, peringkat atau frekuensi) yang dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu memenuhi variabel yang lain (Kountur, 2005).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif korelasional. Metode korelasional adalah metode yang dipergunakan untuk melihat hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Sedangkan metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara cermat dan aktual (Nazir, 1999). Penelitian ini termasuk kedalam penelitian non-eksperimental yang artinya dalam penelitian ini tidak diberikan perlakuan tertentu untuk menimbulkan reaksi yang diharapkan (Kountur, 2005)

## 3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

### 3.2.1 Variabel Penelitian

Menurut Kountur (2005), variabel adalah konstruk yang sifat-sifatnya sudah diberi nilai-nilai dalam bentuk bilangan atau konsep yang mempunyai dua nilai atau lebih pada suatu kontinum. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu bauran pemasaran sebagai variabel X, dan keputusan membeli sebagai variabel Y.

### 3.2.2 Definisi Operasional

Defnisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau memberikan suatu operasionalisasi (Kountur, 2005). Untuk menghindari perbedaan persepsi dan kekeliruan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis menjelaskan definisi operasional varibel sebagai berikut:

#### 1) **Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang dipergunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Bauran pemasaran terdiri dari 4 dimensi, yaitu:

- a) Produk (*Product*)
- b) Harga (*Price*)

- c) Tempat/Distribusi (*Place*)
- d) Promosi (*Promotion*)

## 2) Keputusan Membeli

Keputusan membeli adalah kesimpulan terbaik yang diambil seseorang setelah adanya proses kognitif terlebih dahulu. Proses keputusan membeli terdiri dari 5 dimensi dan dilaksanakan sebelum dilaksanakannya pembelian. Dimensi-dimensi tersebut adalah:

- a) Pengenalan Kebutuhan
- b) Pencarian Informasi
- c) Evaluasi Alternatif
- d) Keputusan Membeli
- e) Perilaku Pasca Membeli

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Berdasarkan pengertian diatas, maka populasinya adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.

Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *stratified random sampling*.

*Stratified random sampling* adalah metode penentuan sampel dengan mengelompokkan populasi kedalam beberapa kelompok yang memiliki ciri yang sama dari masing-masing kelompok (Kountur, 2005).

Berdasarkan pengertian diatas maka ciri-ciri sampel yang diambil adalah:

- 1) Mahasiswa angkatan tahun 2006, 2007, 2008, dan 2009 yang masih aktif berkuliah di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.
- 2) Menggunakan kartu GSM IM3
- 3) Termasuk dalam usia remaja akhir (18-21 tahun)

Jumlah sampel pada penelitian kali ini berjumlah 80 orang Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Kountur (2005) mengemukakan bahwa metode atau teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat ditempuh untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan memberikan kuisisioner pada mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia yang menggunakan kartu GSM IM3. Kuisisioner adalah pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2007).

### 3.4.1 Pengembangan Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap data mengenai variabel bauran pemasaran dan keputusan membeli. Untuk melaksanakan hal tersebut maka dibutuhkan alat pengumpul data (instrumen) yang tepat dan sesuai dengan konstruk masing-masing variabel. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1) Instrumen Bauran Pemasaran

Untuk mengukur bagaimana persepsi konsumen terhadap bauran pemasaran kartu GSM IM3, maka peneliti mempergunakan 4 P yaitu *Product*, *Place*, *Price*, dan *Promotion* sebagai dimensinya. Dari keempat dimensi itu maka peneliti menyusun indikator-indikator yang diturunkan menjadi butir-butir pernyataan. Berikut adalah pengembangan kisi-kisi instrumen bauran pemasaran kartu GSM IM3 pada mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.

**Tabel 3.1.**  
Kisi-kisi instrumen Bauran Pemasaran

Dimensi	Indikator	Uji Coba 1		Uji Coba 2	
		Item (+)	Item (-)	Item (+)	Item (-)
1) Produk	a) Sikap konsumen terhadap kualitas sinyal kartu GSM IM3	1, 2	3	1, 6	36, 19
	b) Sikap konsumen terhadap kualitas pelayanan operator kartu	4	5, 6	31	9

	GSM IM3				
	c) Sikap konsumen terhadap keragaman kartu dan fitur kartu GSM IM3	-	30	7, 39, 18	-
	d) Sikap konsumen terhadap kemasan kartu GSM IM3	7, 8	-	2, 25, 15, 35, 21	-
	e) Sikap konsumen terhadap masa aktif kartu GSM IM3	-	-	28	-
	f) Sikap konsumen terhadap nama merek IM3	10	9	3, 29, 17	37
	g) Sikap konsumen terhadap bonus kartu GSM IM3	15	13	26,16	4
2) Harga	a) Sikap konsumen terhadap harga kartu perdana IM3	12	-	-	-
	b) Sikap konsumen terhadap tarif telepon dan sms kartu GSM IM3	14, 29	-	8, 30, 13, 23	-
	c) Sikap konsumen terhadap harga isi ulang IM3	-	11	20	-
3) Tempat/ Distribusi	a) Sikap konsumen terhadap lokasi yang menyediakan kartu GSM IM3	-	16, 27	27, 24	5,12
	b) Sikap konsumen terhadap ketersediaan jumlah kartu GSM IM3	17, 18	-	38	-
4) Promosi	a) Sikap konsumen terhadap promosi kartu GSM IM3	21, 24	22, 26	32	33

	b) Sikap konsumen terhadap iklan kartu GSM IM3 pada media cetak, media elektronik.	20, 23, 25, 28	19	10, 11, 34, 14, 22	40
<b>Jumlah</b>		<b>18</b>	<b>12</b>	<b>31</b>	<b>9</b>

## 2) Instrumen Keputusan Membeli

Untuk mengukur keputusan membeli kartu GSM IM3 yang dilakukan mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia. Keputusan membeli selalu diawali dengan sebuah proses yang dinamakan proses keputusan membeli. Proses keputusan membeli terdiri dari 5 dimensi, yaitu Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Membeli, dan Perilaku Pasca Membeli. Dari dimensi tersebut peneliti menyusunnya menjadi indikator-indikator yang diturunkan menjadi butir-butir pernyataan. Berikut adalah pengembangan kisi-kisi instrumennya.

**Tabel 3.2.**  
**Kisi-kisi Instrumen Keputusan Membeli**

Dimensi	Indikator	Uji Coba 1		Uji Coba 2	
		Item (+)	Item (-)	Item (+)	Item (-)
1) Pengenalan Masalah	a) Motivasi internal	1		5, 40	
	b) Motivasi eksternal	3, 4, 6		31, 11, 15, 36, 39, 16, 23	
2) Pencarian	a) Perhatian yang	8, 10,		2, 26, 6,	

Informasi	menguat	18, 23, 25, 29		30, 10, 34	
	b) Pencarian aktif informasi	2	9	1, 13, 35, 14	
3) Evaluasi Alternatif	a) Menyeleksi	27		29	
	b) Membandingkan	12, 19, 21		4, 9, 33, 20, 22, 38	
4) Keputusan Membeli	a) Sikap orang lain	7, 14, 24, 26, 30		8, 18, 24	
5) Perilaku Pasca Membeli	a) Puas	11, 13, 15, 16, 22	5, 17, 20, 28	3, 27, 7, 17, 19, 32, 37, 21, 25	12, 28
<b>Jumlah</b>		<b>25</b>	<b>5</b>	<b>38</b>	<b>2</b>

Instrumen Bauran Pemasaran dan Keputusan Membeli ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert merupakan metode penskalaan pernyataan sikap yang mempergunakan distribusi respon sebagai penentuan nilai skalanya (Azwar, 2003). Format respon Skala

Likert umumnya menggunakan 5 pernyataan sikap, yaitu:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Dari setiap pernyataan tersebut, responden harus memilih satu dari 5 alternatif jawaban yang ada, sesuai dengan keadaan dirinya saat itu.

Setiap pilihan jawaban dari pernyataan memiliki nilai tertentu, yaitu sebagai berikut

Item	Nilai Pernyataan				
	SS	S	KS	TS	STS
<i>Favorable</i>	5	4	3	2	1
<i>Unfavorable</i>	1	2	3	4	5

Skor total diperoleh dengan menjumlahkan semua jawaban responden, untuk mengetahui kecenderungan sikap konsumen. Semakin tinggi nilai yang diperoleh oleh responden, maka semakin positif sikap mereka terhadap bauran pemasaran yang dipergunakan oleh perusahaan dan semakin tinggi pula tingkat keputusan membeli pada kartu GSM IM3.

### 3.4.2 Kategorisasi Skala

Kategorisasi skala bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang terpisah. Pengkategorisasian dilakukan dengan menggunakan kualifikasi sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Kategorisasi Skala**

Norma	Kualifikasi Kategori	
	Bauran Pemasaran	Keputusan Membeli
$z \leq -1,5$	Sangat Negatif	Sangat Rendah
$-1,5 < z \leq 0$	Negatif	Rendah
$0 < z \leq 1,5$	Positif	Tinggi
$1,5 < z$	Sangat Positif	Sangat Tinggi

Skor z pada norma di atas merupakan skor mentah subjek yang telah diubah atau dikonversikan. Skor z tersebut diperoleh dari rumus sebagai berikut:

$$z = \left[ \frac{x_i - \bar{x}}{s} \right] \quad (\text{Sugiyono, 2004: 71})$$

Dimana:

$z$  = Standar deviasi untuk kurva normal standar

$x_i$  = Data ke i dari suatu kelompok data

$\bar{x}$  = Skor rata-rata kelompok

$s$  = Standar deviasi

Norma di atas juga digunakan untuk melihat gambaran tiap-tiap dimensi pada bauran pemasaran dan keputusan membeli.

### 3.5 Uji Coba Instrumen Penelitian

Uji coba instrumen dilakukan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian dapat mengungkap dengan tepat gejala-gejala yang akan diukur dan sejauh mana instrumen tersebut dapat menunjukkan dengan sebenarnya gejala

yang akan diukur, baik instrumen bauran pemasaran maupun instrumen keputusan membeli. Uji coba instrumen ini dilakukan kepada 30 orang mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia dari jurusan yang berbeda-beda. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan menggunakan program SPSS 12.00 untuk dilakukan uji validitas dan reliabilitasnya. Uji coba ini dilakukan sebanyak 2 kali karena instrumen pada uji coba 1 memiliki tingkat validitas dan reabilitas yang belum layak digunakan untuk mengambil data. Secara deskriptif, hasil uji coba tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

### 3.5.1 Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen menunjukkan keakuratan, kestabilan, dan kekonsistenan alat ukur dalam mengukur apa yang hendak diukur (Nazir, 2005). Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat jika suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006).

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan formula *Alpha Cronbach*. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{(\sum \delta t^2)}{\delta t^2} \right]$$

(Nazir, 2005).

Keterangan :

$\alpha$  = Koefisien Alpha Cronbach

k = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma t^2$  = Jumlah varians item pertanyaan

$\sigma t^2$  = Varians total.

Parameter yang digunakan untuk menafsirkan tinggi rendahnya koefisien reliabilitas instrumen dan ada tidaknya koreksi antara dua variabel atau lebih menurut Guilford adalah sebagai berikut:

< 0,20 sekali	= derajat reliabilitas hampir tidak ada, hubungan lemah
0,21 – 0,40	= derajat reliabilitas rendah, hubungan rendah tapi pasti.
0,41 – 0,70	= derajat reliabilitas sedang, hubungan cukup berarti.
0,71 – 0,90	= derajat reliabilitas tinggi, hubungan yang tinggi, kuat.
0,91 – 1,00	= derajat reliabilitas sangat tinggi sekali, hubungan sangat tinggi, kuat sekali.

(Sugiyono, 2007)

### 1) Reliabilitas Instrumen Bauran Pemasaran

Setelah data diolah dengan mempergunakan bantuan program SPSS 12.00, maka didapat reliabilitas dari instrumen bauran pemasaran pada uji coba 1 sebesar 0,636. Angka tersebut dapat ditingkatkan dengan menghapus item-item yang bernilai kecil sehingga didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 3.4

## Hasil reabilitas instrumen bauran pemasaran uji coba 1

Uji Coba	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	<i>N of Items</i>
Sebelum menghapus item	0,636	0,635	30
Setelah menghapus item	0,761	0,761	16

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa instrumen bauran pemasaran setelah menghapus item-item yang bernilai kecil adalah 0,761. Menurut Guilford, reabilitas 0,761 di nilai termasuk dalam kategori reliabilitas sedang, sehingga instrumen pada uji coba 1 harus dikaji ulang untuk kemudian dilakukan uji coba 2.

Tabel 3.5

## Hasil reabilitas instrumen bauran pemasaran uji coba 2

Uji Coba	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	<i>N of Items</i>
Sebelum menghapus item	0,890	0,904	40
Setelah menghapus item	0,905	0,914	34

Setelah pernyataan-pernyataan pada uji coba 1 dikaji kembali dan diberikan tambahan 10 item pernyataan, maka di peroleh reabilitas sebesar 0,890. Angka tersebut dapat ditingkatkan dengan menghapus item-item yang mempunyai nilai kecil, sehingga di peroleh reabilitas sebesar 0,905.

Menurut Guilford, reabilitas 0,905 pada sebuah instrumen termasuk ke dalam derajat reabilitas yang sangat tinggi.

## 2) Reliabilitas Instrumen Keputusan Membeli

Setelah data diolah dengan mempergunakan bantuan program spss 12.00, maka didapat reabilitas dari instrumen keputusan membeli pada uji coba 1 sebesar 0,734. Angka tersebut dapat ditingkatkan dengan menghapus item-item yang bernilai kecil sehingga didapat hasil sebagai berikut:

**Tabel 3.6.**  
**Hasil reabilitas instrumen keputusan membeli uji coba 1**

Uji Coba	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standarized Items</i>	<i>N of Items</i>
Sebelum menghapus item	0,734	0,780	30
Setelah menghapus item	0,861	0,866	17

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa reabilitas instrumen keputusan membeli setelah menghapus item-item yang bernilai kecil sebesar 0,734. Menurut Guilford reabilitas 0,734 di nilai termasuk dalam kategori reliabilitas sedang, sehingga instrumen pada uji coba 1 harus dikaji ulang untuk kemudian dilakukan uji coba 2.

**Tabel 3.7.**  
**Hasil reabilitas instrumen keputusan membeli uji coba 2**

Uji Coba	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	<i>N of Items</i>
Sebelum menghapus item	0,930	0,935	40
Setelah menghapus item	0,933	0,937	37

Setelah pernyataan-pernyataan pada uji coba 1 dikaji kembali dan diberi tambahan 10 item pernyataan, maka di peroleh reabilitas sebesar 0,930. Angka tersebut dapat ditingkatkan dengan menghapus item-item yang mempunyai nilai kecil, sehingga di peroleh reabilitas sebesar 0,933. Menurut Guilford, reabilitas 0,933 pada sebuah instrumen termasuk ke dalam derajat reabilitas yang sangat tinggi.

### 3.5.2 Uji Validitas

Validitas indikator menunjukkan mampu atau tidaknya sebuah indikator mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 1997). Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Oleh karena itu, pengujian validitas ini perlu dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan dan keakuratan instrumen. Dalam penelitian ini, uji validitas instrumen dilakukan dengan menguji validitas isi (*content validity*) dan validitas item.

### 1) Validitas Isi

Validitas isi menunjuk kepada sejauh mana tes yang merupakan seperangkat soal-soal, dilihat dari isinya memang mengukur apa yang dimaksud untuk diukur (Suryabrata, 2004). Untuk mengetahui validitas isi instrumen dilakukan melalui pendapat profesional (*professional judgement*) yang berjumlah tiga orang, yang terdiri dari satu orang pakar indikator dan dua orang pakar psikologi indikator dan organisasi. Kegiatan penimbangan ini berorientasi pada validitas isi, aspek yang hendak diukur, readaksi setiap butir pernyataan, keefektifan susunan kalimat dan koreksi terhadap bentuk format yang dipergunakan.

Hasil umum yang diperoleh dari penimbangan menunjukkan hal-hal sebagai berikut.

- a) Mengubah pernyataan-pernyataan yang kurang sesuai dengan indikator dan dimensi.
- b) Merevisi pernyataan-pernyataan tertentu yang dianggap kurang tepat dari segi kebahasaan dan bentuk kalimat, sehingga tidak mengandung makna ganda.
- c) Merevisi pernyataan positif maupun negatif agar didapat pernyataan yang mudah dipahami responden.

## 2) Validitas Item

Pengujian validitas item dilakukan dengan mengorelasikan skor item dengan skor total dengan teknik korelasi *Product Moment* dan perhitungannya dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 12.00. Adapun rumus korelasi *product moment* yang digunakan ialah sebagai berikut:

$$r_p = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Di mana:

$r_p$  = Koefisien korelasi *product moment*

N = Jumlah responden

X = Skor rata-rata dari X

Y = Skor rata-rata dari Y

(Arikunto,

2006)

### a) Validitas Pernyataan Bauran Pemasaran

Suatu item dikatakan valid jika memiliki koefisien korelasi  $\geq 0,30$ .

Jika jumlah item yang lolos ternyata masih tidak mencukupi jumlah yang diinginkan, maka dapat dipertimbangkan untuk menurunkan sedikit batas kriteria koefisien korelasi dari 0,30 menjadi 0,25 sehingga jumlah item yang diinginkan dapat dicapai (Azwar, 2007).

Setelah dilakukan dilakukan uji coba 1 validitas item terhadap 30 pernyataan bauran pemasaran dengan mempergunakan bantuan SPSS 12.00, maka di dapat beberapa pernyataan yang memiliki tingkat koefisien korelasi yang sangat rendah ( $< 0,25$ ). Pernyataan-pernyataan yang memiliki nilai koefisien korelasi yang rendah kemudian dihapus sehingga item pernyataannya sebagai berikut:

**Tabel 3.8**

**Hasil validitas item bauran pemasaran uji coba 1**

<b>Nomor Item yang Valid</b>	<b>Nomor Pernyataan yang tidak valid</b>
1,4,8,9,10,13,16,17,18,19,24,25, 26,27,28,29	2,3,5,6,7,11,12,14,15,20,21, 22,23,30
<b>16</b>	<b>14</b>

Pada uji coba 1 terdapat 14 pernyataan yang tidak valid sehingga harus di kaji lagi untuk dilakukan uji coba 2, hasilnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.9**

**Hasil validitas item bauran pemasaran uji coba 2**

<b>Nomor Item yang Valid</b>	<b>Nomor Pernyataan yang tidak valid</b>
2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 38, 40	1, 10, 19, 20, 33, 39

34	6
----	---

Setelah di beri tambahan 10 item pernyataan pada uji coba 2, maka di dapat 34 item pernyataan yang valid dan 6 pernyataan yang tidak valid. Item-item yang valid selanjutnya akan digunakan dalam instrumen penelitian yang sebenarnya, sedangkan item-item yang tidak valid akan dihapus dan tidak dipergunakan dalam instrumen penelitian yang sebenarnya karena tidak mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

**b) Validitas Pernyataan Keputusan Membeli**

Setelah dilakukan dilakukan uji coba 1 validitas item terhadap 30 pernyataan keputusan membeli dengan mempergunakan bantuan SPSS 12.00, maka di dapat beberapa pernyataan yang memiliki tingkat koefisien korelasi yang sangat rendah ( $< 0,25$ ). Pernyataan-pernyataan yang memiliki nilai koefisien korelasi yang rendah kemudian dihapus sehingga item pernyataannya sebagai berikut:

Tabel 3.10

## Hasil validitas item keputusan membeli uji coba 1

Nomor Item yang Valid	Nomor Pernyataan yang tidak valid
2,3,8,10,11,12,13,14,18,19,21,22,23 24,25,26,29,30	1,4,5,6,7,9,11,15,16,17,20,27,28
<b>17</b>	<b>13</b>

Pada uji coba 1 terdapat 13 pernyataan yang tidak valid sehingga instrumen yang digunakan harus di kaji lagi untuk dilakukan uji coba

2. Hasil dari uji coba 2 adalah sebagai berikut:

Tabel 3.11

## Hasil validitas item keputusan membeli uji coba 2

Nomor Item yang Valid	Nomor Pernyataan yang tidak valid
1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39 40	16, 29, 30
<b>37</b>	<b>3</b>

Setelah di beri tambahan 10 item pernyataan pada uji coba 2, maka di dapat 37 item pernyataan yang valid dan 3 pernyataan yang tidak valid. Item-item yang valid selanjutnya akan digunakan dalam instrumen penelitian yang sebenarnya, sedangkan item-item yang tidak valid akan dihapus dan tidak dipergunakan dalam instrumen

penelitian yang sebenarnya karena tidak mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

### **3.6 Prosedur Pengumpulan Data dan Analisis Data**

#### **3.6.1 Prosedur Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

- a) Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan mempelajari buku, makalah, skripsi dan lain-lain. Guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.
- b) Kuisioner, yaitu pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat pernyataan tertulis kepada para konsumen (Arikunto, 2006). Dalam penelitian kali ini, peneliti memberikan daftar pernyataan kepada mahasiswa Fakultas Ilmu pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.

#### **3.6.2 Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *spearman's correlation* yang merupakan ukuran kedekatan asosiasi antara dua variabel dengan data ordinal (Reksoadmodjo, 2007). Data ordinal adalah data yang berbentuk ranking atau peringkat (Sugiyono, 2001). Analisis data dilakukan untuk menjawab beberapa pertanyaan peneliti tentang:

- 1) Gambaran umum bauran pemasaran kartu GSM IM3 pada mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan UPI
- 2) Gambaran umum keputusan membeli kartu GSM IM3 pada mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan UPI
- 3) Rendah-tingginya korelasi antara bauran pemasaran dan keputusan membeli kartu GSM IM3 pada mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan UPI.

Setelah dilakukan proses pengumpulan data, maka data yang diterima akan diolah dengan beberapa rumus statistik sebagai berikut:

**a) Uji Korelasi**

Teknik yang dipakai adalah Teknik Korelasi Spearman, yaitu suatu teknik yang digunakan untuk mengukur kedekatan asosiasi antara dua variabel ordinal (Reksoatmodjo, 2007). Rumus untuk menganalisis data dengan menggunakan korelasi spearman adalah:

$$r_s = 1 - \frac{6\sum D^2}{n(n^2 - 1)}$$

(Sudijono, 2008)

Keterangan:

$r_s$  = Korelasi speaman

N = Jumlah responden

D = Selisih antar tingkatan

### b) Uji Signifikansi

Uji signifikansi untuk kedua variabel ini adalah uji signifikansi dengan menggunakan rumus Z:

$$Z_{h= \frac{r_s}{\frac{1}{\sqrt{n-1}}}}$$

(Sugiyono, 2001)

## 3.7 Prosedur Pelaksanaan Penelitian

### 1) Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan dalam beberapa kegiatan, yaitu:

- a. Menentukan masalah yang akan diteliti  
Permasalahan yang akan diteliti ditentukan berdasarkan fenomena yang terjadi.
- b. Melakukan studi kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang jelas yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti.

c. Penyusunan proposal penelitian

Tahap awal dari penelitian ini adalah menyusun proposal penelitian yang diajukan pada mata kuliah Seminar Psikologi Perkembangan.

d. Mengajukan proposal penelitian kepada Dewan Skripsi

Setelah melakukan beberapa revisi, proposal diajukan kepada dewan skripsi dan kemudian disetujui ketua dewan skripsi dan dosen pembimbing.

e. Penyusunan Instrumen

Alat pengumpul data berupa kuesioner disusun sendiri dan dikembangkan dari teori yang dikemukakan oleh ahli, kemudian melakukan *judgment* instrumen yang telah dibuat kepada 3 orang dosen.

f. Uji coba Instrumen

Uji coba instrumen dilakukan kepada 30 mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia.

## 2) Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan dilakukan dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner terhadap mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan UPI sebagai responden yang dilakukan mulai 11 Mei 2010. Kegiatan yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah:

- a. Pembukaan dan penyampaian maksud kedatangan peneliti.
- b. Menyebarkan angket kepada responden.
- c. Memberikan penjelasan mengenai cara pengisian kuisisioner.
- d. Mengumpulkan kuisisioner yang telah diisi oleh responden.

### **3) Tahap Pengolahan Data**

Prosedur yang dilakukan dalam proses pengolahan data, yaitu:

#### **a. Verifikasi Data**

Verifikasi data dilakukan untuk mengecek kelengkapan jumlah kuisisioner yang terkumpul dan kelengkapan pengisian kuisisioner yang telah diisi oleh responden.

#### **b. Tabulasi Data**

Tabulasi data adalah proses dimana peneliti merekap semua data yang telah diperoleh.

#### **c. Pengolahan Data secara Statistik**

Data yang telah diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan program. SPSS versi 12.00.

### **4) Tahap Penyelesaian**

- a. Menampilkan hasil dan analisis penelitian.
- b. Membahas hasil dan analisis penelitian berdasarkan teori yang digunakan.

- c. Membuat kesimpulan dari hasil penelitian.
- d. Menyusun laporan hasil penelitian dan dipresentasikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

