

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 OBJEK PENELITIAN

Variabel yang diteliti terdiri dari dua variabel yaitu: variabel bebas atau variabel *independent* yaitu harga (X). Sedangkan variabel terikat atau variabel *dependent* yang akan diteliti adalah keputusan pembelian (Y). Berdasarkan harga (X), dan keputusan pembelian (Y) dapat dianalisis sebagai berikut: tanggapan konsumen terhadap harga produk radio tape Sharp, tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian produk radio tape Sharp, dan seberapa kuat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk radio tape Sharp.

Objek penelitian yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk radio tape Sharp pada toko elektronik di Kec. Plumbon, Kab. Cirebon Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 6 bulan.

3. 2 METODE PENELITIAN

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2007:11) "Penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa

Sedangkan menurut Arikunto (2002:9) “Penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang ciri-ciri variabel”.

Moh. Nasir menjelaskan bahwa: “Tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki”. (Moh. Nasir, 1999:63).

Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, dalam penelitian ini diuji mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk radio tape Sharp. Melalui ini data-data dikumpulkan dari sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel responden untuk memperoleh fakta yang relevan dan terbaru.

B. Metode Penelitian

Metode dapat diartikan sebagai suatu cara kerja untuk mencapai tujuan tertentu, agar dapat terkumpul data serta dapat mencapai tujuan penelitian itu sendiri. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2005:1) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Administratif mengatakan bahwa:

Metode Penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah yang dilakukan untuk mendapatkan data yang objektif, valid dan reliabel, dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, maka

metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*.

Menurut Ker Linger yang dikutip oleh Sugiyono (2005:7), bahwa:

Metode *deskriptif survey* dan *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Selanjutnya akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X) yang terdiri dari *perceived benefit*, kesesuaian harga, daya beli, dan perbandingan harga dengan produk pesaing disebut variabel bebas karena variabel-variabel tersebut menerangkan variabel lainnya, yaitu variabel keputusan pembelian konsumen (Y)
2. Variabel keputusan pembelian disebut sebagai variabel terikat (Y) yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, dan pengaruh sosial dan pribadi. Disebut variabel terikat karena keputusan pembelian dipengaruhi oleh

harga (X) Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut:

**TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Harga (X)		Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Dari sudut pandang konsumen harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang/ jasa. Fandy Tjiptono (2001:151)				A
	<i>Perceived benefit</i>	Manfaat tertinggi yang dirasakan dan diharapkan konsumen dibandingkan dengan harga produk	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian harga produk dengan manfaat • Kesesuaian harga dengan kualitas • Kesesuaian harga dengan fitur produk • Kesesuaian harga dengan citra merek produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian produk radio tape Sharp dengan manfaat yang dirasakan • Tingkat kesesuaian harga radio tape Sharp dengan kualitas produk • Tingkat kesesuaian harga dengan fitur produk • Tingkat kesesuaian harga dengan citra merek Sharp 	Ordinal	A.1.1
					Ordinal	A.1.2
					Ordinal	A.1.3
					Ordinal	A.1.4
	Kesesuaian harga	Kesesuaian harga dengan manfaat	<ul style="list-style-type: none"> • Promosi pengurangan harga • Adanya garansi 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat promosi pengurangan harga • Tingkat garansi 	Ordinal	A.2.1

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			<ul style="list-style-type: none"> Kesesuaian desain produk 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kesesuaian desain produk 	Ordinal	A.2.2
	Daya beli	Bekaitan dengan kemampuan konsumen dalam memperoleh suatu produk dengan melakukan pengorbanan yang dinyatakan dalam sejumlah satuan tukar atau uang	<ul style="list-style-type: none"> Harga yang ditawarkan pada konsumen Daya beli konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat harga radio tape Sharp yang ditawarkan Tingkat daya beli konsumen produk radio tape Sharp 	Ordinal	A.3.1
	Perbandingan harga dengan produk pesaing	Harga produk yang ditawarkan oleh produsen dengan harga di tawarkan oleh pesaing dalam kategori produk yang sama	<ul style="list-style-type: none"> Harga produk dibandingkan dengan harga produk pesaing Harga produk yang ditawarkan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat harga produk radio tape Sharp dibandingkan dengan harga produk pesaing. Tingkat harga yang ditawarkan radio tape Sharp 	Ordinal	A.4.1
					Ordinal	A.4.2
Keputusan Pembelian (Y)		Tahapan dalam konsep pengambilan keputusan , pengambilan keputusan pembeli benar benar membeli produk Kotler & Amstrong (2006:129)				B
	Pemilihan produk	Proses pemilihan produk pembeli diantara berbagai produk yang tersedia	<ul style="list-style-type: none"> Keberagaman varian Kualitas produk Fitur produk 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keberagaman varian produk radio tape Sharp Tingkat kualitas produk radio tape Sharp Tingkat pemilihan produk berdasarkan fitur radio tape Sharp 	Ordinal	B.1.1
					Ordinal	B.1.2
					Ordinal	B.1.3

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	Pemilihan merek	Proses pemilihan merek pembelian antara berbagai merek yang tersedia	• Kepercayaan	• Kepercayaan pada produk radio tape Sharp	Ordinal	B.2.1
			• Pertimbangan merek	• Tingkat pertimbangan merek radio tape Sharp	Ordinal	B.2.2
	Pemilihan Saluran pembelian	Proses pemilihan tempat pembelian produk	• Pemilihan alternatif tempat pembelian produk	• Tingkat pemilihan alternatif tempat pembelian produk	Ordinal	B.3.1
			• Pemilihan saluran pembelian	• Tingkat pemilihan saluran pembelian radio tape Sharp	Ordinal	B.3.2
	Pengaruh Sosial		• Pengaruh teman	• Tingkat keputusan pembelian berdasarkan pengaruh teman	Ordinal	B.4.1
			• Tetangga	• Tingkat keputusan pembelian berdasarkan pengaruh tetangga	Ordinal	B.4.2
			• Keluarga	• Tingkat keputusan pembelian berdasarkan pengaruh keluarga	Ordinal	B.4.3

3.2.2 Jenis Dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2008:137), "Data

primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.” dengan kata lain data primer diperoleh secara langsung.

Data sekunder menurut Sugiyono (2008:137), “Data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Untuk mengetahui jenis dan sumber data yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut :

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

NO	DATA	JENIS DATA
1	Majalah Marketing no.I/2007	Sekunder
2.	Majalah Swa no. 5/XXII/2007	Sekunder
3.	Majalah Swa, 20/X/XXII/2007	Sekunder
4.	Tanggapan konsumen terhadap harga produk radio tape Sharp	Primer
5.	Tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian produk Radio tape Sharp	Primer
6.	Tanggapan konsumen tentang harga terhadap keputusan pembelian produk radio tape Sharp	Primer

3.2.2 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

A. Populasi

Dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2007:72):

Populasi bukan hanya orang saja, tetapi juga benda-benda alam.
Populasi juga bukan hanya jumlah yang ada pada objek/subjek itu.

Sehingga populasi terbagi dua, yaitu populasi dalam arti jumlah dan populasi dalam arti karakteristik/ sifat yang di miliki objek/ subjek tersebut.

Seorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*). Berdasarkan pengertian di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen radio tape Sharp pada toko elektronik di Kec. Plumbon, Kab. Cirebon. Ukuran populasi tersebut diperoleh dari data konsumen radio tape Sharp pada toko elektronik di Kec. Plumbon, Kab. Cirebon yaitu dengan perhitungan sebagai berikut:

TABEL 3.3
POPULASI OBYEK PENELITIAN

NAMA TOKO	JUMLAH KONSUMEN
Toko Lima	56
Toko Lima Indah	40
Toko Top	31
Toko Jayapura	23
Total	150

(Sumber : Hasil pengolahan data 2008)

B. Sampel

Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang presentatif dan mewakili maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:131), yang dimaksud dengan sampel adalah "sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Adapun menurut Sugiyono (2008:73), yang dimaksud dengan sampel adalah "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut".

Pada suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia sehingga peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti. Menurut Sugiyono (2008:73), "Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Berdasarkan hal tersebut sampel dalam penelitian ini adalah konsumen radio tape Sharp pada toko elektronik di Kec. Plumbon, Kab. Cirebon.

Teknik yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti salah satunya adalah dengan cara menggunakan cara Slovin, yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan persentase kelonggaran ketidaktelitian, karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, maka taraf kesalahan yang ditetapkan adalah sebesar 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana: n = ukuran sampel
 N = ukuran populasi
 e = taraf kesalahan

Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”.

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu :

Diketahui:

$$N = 150; e = 10\% = 0,1$$

Maka:

$$n = \frac{150}{1 + 150(0,1)^2}$$

$$n = 60 = 60 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan taraf kesalahan 10% diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 60 responden. Untuk selanjutnya, sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 60 responden dari sebagian totalitas populasi atau sebagian dari konsumen radio tape pada toko elektronik di Kecamatan Plumbon, Kab. Cirebon.

C. Teknik Penarikan Sampel

Untuk mendapatkan sampel yang representatif, maka dapat diupayakan subjek dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi unsur sampel. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:133) teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang

benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *teknik systematic random sampling* atau teknik pengambilan sampel secara acak sistematis untuk populasi yang bergerak, dikarenakan populasi dianggap heterogen.

Menurut Sugiyono (2007:77) *sampling sistematis* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut". Dengan demikian tersedianya suatu populasi sasaran yang tersusun (*ordered population*).

Berdasarkan penentuan sampel yang diambil dari Harun Al Rasyid (1994:66), cara *systematic* memiliki kelebihan yaitu bisa dilakukan sekalipun tanpa ada kerangka *sampling*. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Tentukan sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi sasaran adalah konsumen radio tape Sharp
2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *check point*, dalam hal ini tempat yang menjadi *check point* adalah toko elektronik di Kecamatan Plumbon, Kab.Cirebon yaitu toko Lima, toko Lima Indah, toko Jayapura, dan toko Top.
3. Tentukan waktu yang digunakan untuk menentukan sampel, dalam hal ini waktu kongrit yang digunakan oleh peneliti adalah antara pukul 13.00 -19.00.

4. Lakukan orientasi lapangan terutama *check point*, orientasi yang akan dijadikan dasar untuk menentikan interval penelitian pertama atau dasar adalah jumlah pembeli radio tape Sharp, diketahui rata-rata pembeli yang datang ke toko Jayapura, toko Lima, dan Toko Top dalam kurun waktu 1 bulan adalah 150 orang.
5. Menentukan ukuran sampel yang akan diambil, dalam penelitian ini yang didasarkan pada rumus Slovin sampel yang akan diambil adalah 60 orang. Data ini selanjutnya akan digunakan untuk menentukan interval pemilihan pertama dengan menggunakan rumus $I=N/n$, maka : untuk toko Lima adalah $56/22=2$, untuk toko Lima Indah adalah $40/16=3$, untuk toko Top adalah $31/12=2$, dan untuk toko Jayapura adalah $23/10=2$ setelah diketahui interval, maka penyebaran angket dilakukan secara acak (*random*), pada hari yang telah ditentukan pada *check point* 1 orang konsumen (karena pemilihan acak pada konsumen dimulai dari konsumen ke 1, 3, 5,...dst yang datang ke toko Jayapura, toko Lima, dan Toko Top). Dari sebagian totalitas populasi atau sebagian dari konsumen radio tape Sharp pada toko elektronik di Kec. Plumbon, Kab. Cirebon dengan penyebaran proporsi sampel sebagai berikut:

B. Skala Pengukuran Variabel

Penelitian ini akan menganalisis dua variabel yaitu harga sebagai variabel X dan keputusan pembelian sebagai variabel Y, agar setiap jawaban dapat dihitung maka setiap jawaban yang dilakukan kepada responden diberikan skor, alat ukur yang digunakan adalah skala Likert. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiono (2004:86) sebagai berikut "Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang suatu fenomena sosial".

Menurut Kinnear yang dikutip oleh Husein Umar (2002:98) skala Likert ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Alternatif pernyataannya, misalnya adalah dari setuju sampai tidak setuju, senang sampai tidak senang, puas sampai tidak puas atau baik sampai tidak baik. Pada penelitian ini digunakan skala likert dari 1 sampai dengan 5 dengan pernyataan persepsi sesuai dengan Tabel 3.5 berikut ini:

TABEL 3.5
PERNYATAAN SKALA LIKERT

SKALA LIKERT	PERNYATAAN
5	Sangat Setuju/selalu/sangat positif
4	Setuju/sering/positif
3	Ragu-ragu/kadang-kadang/netral
2	Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif
1	Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif

Sumber : Sugiyono (2008:87)

3.2.6 Pengujian Validitas Dan Reliabilitas

A. Validitas

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:168) Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas (Husein Umar, 2002:110) :

- a. Mendefinisikan secara operasional suatu yang konsep yang akan diukur.

- b. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
- c. Mempersiapkan Tabel tabulasi jawaban.
- d. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya seperti berikut :

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

dimana : r = Indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan

(Suharsimi Arikunto, 2006 :170)

Pengujian keberartian koefisien korelasi dilakukan dengan taraf signifikansi 5 %. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}; dk = n-2$$

Keputusan uji validitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} > t_{Tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} \leq t_{Tabel}$

B. Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang

reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabel menurut Suharsimi arikunto (2006:178) artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Husein Umar, 2002:113).

Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5. Rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) sebagai berikut :

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

(Husein Umar, 2002:125 dan Suharsimi Arikunto, 2006:188)

dimana : r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n} \quad (\text{Husein Umar, 2002:127})$$

dimana : n = jumlah sampel ; σ = nilai varians

x = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{Tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{Tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2002:245) dapat dilihat pada Tabel 3.6 sebagai berikut :

TABEL 3.6
KOEFISIEN KORELASI

BESARNYA NILAI	INTERPREASI
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Reliabilitas sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Reliabilitas tinggi
Antara 0,000 sampai dengan 0,600	Reliabilitas cukup
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Reliabilitas rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Reliabilitas sangat Rendah

Sumber : Suharsimi Arikunto (2002:245)

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi *SPSS 12 for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan *SPSS 12 for window* sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variable X dan variable Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- 2) Klik variable view, lalu isi kolom *name* dengan variable-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi

dengan nama-nama atas variable penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).

- 3) Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analize*
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
- 5) Dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data Tabel.

C. Hasil Pengujian Validitas Dan Reliabilitas

Suatu pengujian sangat diperlukan untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dan dapat untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrument harga sebagai instrument dari pengukuran variabel X dan harga dan instrument dari pengukuran variabel Y sebagai keputusan pembelian. Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5 % dan derajat kebebasan (df) $n-2$ atau $(30-2=28)$, maka didapat nilai r_{Tabel} 0,374. dapat diketahui semua butir soal dari instrument dinyatakan valid karena skor r_{hitung} lebih besar dari skor r_{Tabel} (0,374), sehingga item-item pernyataan tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur dari variabel yang akan diteliti.

Hasil pengukuran validitas dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel harga diperoleh hasil, validitas paling tinggi adalah pada *perceived benefit* dengan item pertanyaan mengenai manfaat yang dirasakan oleh konsumen sebesar 0,706. Selain itu validitas paling rendah yang dihasilkan variabel harga pada kesesuaian fitur produk sebesar 0,458. Hasil validitas variabel harga selanjutnya dijelaskan dalam Tabel 3.7 berikut ini:

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS HARGA

No	Variabel X	R hitung	R Tabel	Ket
1	<i>Perceived benefit</i>			
	• Manfaat yang dirasakan konsumen	0,706	0,374	Valid
	• Kesesuaian kualitas produk	0,549	0,374	Valid
	• Kesesuaian Fitur produk	0,458	0,374	Valid
2	Citra merek menurut konsumen	0,682	0,374	Valid
	Kesesuaian harga			
	• Promosi potongan harga	0,469	0,374	Valid
	• Garansi	0,618	0,374	Valid
3	• Kesesuaian desain produk	0,664	0,374	Valid
	Daya beli			
	• Harga yang ditawarkan pada konsumen	0,489	0,374	Valid
	• Daya beli konsumen	0,463	0,374	Valid
4	Harga produk pesaing			
	• Harga produk dibandingkan dengan harga produk pesaing	0,702	0,374	Valid
	• Harga produk yang ditawarkan	0,680	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2008

Hasil pengukuran validitas dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel keputusan pembelian diperoleh hasil, validitas paling tinggi adalah pada pemilihan produk dengan item pertanyaan mengenai pertimbangan merek pembelian produk radio tape Sharp sebesar 0,743.

Selain itu validitas paling rendah yang dihasilkan variabel keputusan pembelian adalah pada pemilihan penyalur dengan item pertanyaan pembelian radio tape berdasarkan pemilihan saluran pembelian produk sebesar 0,427.

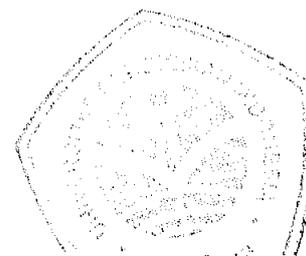
Hasil validitas variabel keputusan pembelian selanjutnya dijelaskan dalam Tabel 3.8 berikut ini:

TABEL 3.8
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Variabel Y	R hitung	R Tabel	Ket
1	Pemilihan produk :			
	• Keberagaman varian	0,733	0,374	Valid
	• Keberagaman fitur	0,647	0,374	Valid
2	Pemilihan merek :			
	• Kepercayaan pada merek	0,687	0,374	Valid
	• Petimbangan merek	0,743	0,374	Valid
3	Pemilihan saluran :			
	• Pemilihan alternatif tempat pembelian produk	0,538	0,374	Valid
	• Pemilihan saluran pembelian	0,427	0,374	Valid
4	Pengaruh sosial dan pribadi:			
	• Peranan teman	0,548	0,374	Valid
	• Peranan tetangga	0,593	0,374	Valid
	• Peranan keluarga	0,435	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2008

Sedangkan hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian dengan variabel *independent* atau bebas adalah harga dan variabel *dependent* atau terikat adalah keputusan pembelian, disajikan pada Tabel 3.9 sebagai berikut:



TABEL 3.9
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	R hitung	R Tabel	Ket
1	Harga	0,785	0,374	Reliabel
2	Keputusan pembelian	0,853	0,374	Reliabel

(Sumber: Hasil Pengolahan Data 2008)

3.2.7 Teknik Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh koresponden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu :

1. Menyusun Data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, serta pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian.

3. Pengujian

Untuk menguji hipotesis maka dalam penelitian ini digunakan analisis Regresi Linier Sederhana. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis pengaruh dari variabel harga sebagai variabel bebas atau *independent* (X) dengan keputusan pembelian sebagai variabel terikat atau *dependent* (Y). Sedangkan untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas menurut Moch. Ali (1985:184) adalah sebagai berikut:

TABEL 4.0
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

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)

Penelitian ini hanya menganalisis dua variabel saja maka digunakan teknik analisis regresi linier sederhana, sedangkan teknik tersebut membutuhkan data sekurang-kurangnya berskala interval. Oleh sebab itu data ordinal yang diperoleh akan ditransformasi menjadi skala interval.

Method of successive interval (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Of Successive (MSI)*. (harun al rasyid, 2000:131) ada pun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Are Below Upper Limit}) - (\text{Are Below Lower Limit})}$$

ditentukan pasangan dan variabel independen dengan variabel dependen serta

akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Proses pengolahan data MSI, peneliti menggunakan *software succ 97*.

Data mempunyai kedudukan yang penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar-tidaknya data tergantung dari instrument pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memiliki dua persyaratan yaitu *Validitas* dan *Realibilitas*.

A. Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini hanya menganalisis digunakan teknik analisis regresi linier sederhana, sedangkan teknik tersebut membutuhkan data sekurang-kurangnya berskala interval. Oleh sebab itu data ordinal yang diperoleh akan ditransformasi dahulu menjadi skala interval. Setelah ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Of Successive Interval*, maka data tersebut dapat diolah menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Penelitian ini terdiri atas tiga variabel yaitu variabel harga produk (X) dan keputusan pembelian (Y) maka bentuk persamaan regresi Y atas X adalah:

$$Y' = a + bx$$

Dimana:

a: Y pintasan (nilai Y' bila x=0)

b: Kemiringan dari garis regresi (kenaikan atau penurunan Y' untuk setiap perubahan satu satuan atau koefisien regresi, mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y jika X naik satu unit).

X = Nilai tertentu dari variabel bebas

Y' = Nilai yang diukur dari variabel terikat

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

- 1) Mencari Harga produk-Harga produk yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu:

$$\sum X_i, \sum y_i, \sum X_i \cdot Y_i, \sum X_i^2, \sum Y_i^2, \text{ dan}$$

- 2) Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sudjana (1996:315) sebagai berikut:

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

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i \sum Y_i)}{n \sum X_i - (\sum X_i)^2} \quad \text{atau } y = a + bx$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Untuk mengetahui besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi (r^2), dimana;

$$(r^2) = \frac{b \{ n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i) \}}{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2}$$

(Sudjana, 1996:370)

Adapun untuk mengetahui pengaruh dapat diklasifikasikan menurut standar Guilford (1956:145) sebagaimana yang dikutip oleh Sugiyono (2003:183) yaitu sebagai berikut pada Tabel 4.1 :

TABEL 4.1
PEDOMAN UNTUK KLASIFIKASI PENGUJIAN PENGARUH

BESAR KOEFISIEN	KLASIFIKASI
0,000 – 0,199	Sangat rendah/ lemah dapat diabaikan
0,200 – 0,399	Rendah/lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Tinggi/kuat
0,800 – 1,00	Sangat Tinggi/Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2003:183)

B. Rancangan Uji Hipotesis

Untuk menguji keberartian koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{Tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari *distribusi student* adalah:

(sudjana, 2001:62)

keterangan:

t = distribusi student

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

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

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:

$H_0 : \rho = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian radio tape Sharp pada toko elektronik di Kec. Plumbon, Kab. Cirebon

$H_a : \rho \neq 0$ artinya terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian radio tape Sharp pada toko elektronik di Kec. Plumbon, Kab. Cirebon.

C. Software Statistik SPSS 12 For Window

Adapun untuk membantu pengolahan data dan pengujian hipotesis dengan menggunakan regresi melalui bantuan *software* statistik *SPSS 12 For Window*.



Handwritten text, possibly a signature or date, located in the bottom right corner of the page.