

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*independent variable*) adalah Atribut Produk yang terdiri dari kualitas, fitur/ciri dan rancangan.

Objek yang merupakan variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan pembelian yang terdiri dari Pilihan produk, pilihan merk, pilihan distribusi, pilihan waktu, jumlah pembelian dan metode pembayaran.

Dari kedua objek penelitian di atas, maka akan dianalisis mengenai pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian produk pesawat televisi Sharp di Komplek Perumahan Dimensi Kabupaten Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Jenis penelitian berupa penelitian deskriptif dan verifikatif. Seperti yang diungkapkan oleh Traver Travens dalam Husein Umar (2001:21) bahwa “Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”. Penelitian yang berupa deskriptif ini mempunyai maksud untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai pengaruh Atribut Produk yang terdiri dari

kualitas, fitur/ ciri dan rancangan terhadap Keputusan pembelian yang terdiri dari Pilihan produk, pilihan merk, pilihan distribusi, pilihan waktu, jumlah pembelian dan metode pembayaran.

Sedangkan untuk penelitian verifikatif bermaksud untuk menguji hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Jadi, penelitian verifikatif ini untuk menguji pengaruh Atribut Produk yang terdiri dari kualitas, fitur/ ciri dan kemasan terhadap Keputusan pembelian yang terdiri dari Pilihan produk, pilihan merk, pilihan distribusi, pilihan waktu, pilihan kuantitas dan metode pembayaran.

Berdasarkan jenis penelitian di atas, maka metode penelitian yang digunakan yaitu *explanatory survey*. Seperti yang diungkapkan oleh Ker Linger dalam Sugiyono (2004:7) bahwa “yang dimaksud dengan metode *survey* yaitu 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”.

Selain itu karena penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun yakni mulai dari bulan September tahun 2007 sampai dengan bulan Januari 2008, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). (Husain Umar, 2001:45).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi Atribut Produk (X) yang terdiri dari kualitas, fitur/ ciri dan rancangan dengan Keputusan pembelian (Y) yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merk, pilihan distribusi, pilihan waktu, pilihan kuantitas dan metode pembayaran. Secara lebih rinci dapat terlihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Atribut Produk (X)	Pengembangan suatu produk dan jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan. (Kotler & Amstrong, 2001:354)	Kualitas	1) Tingkat kualitas TV Sharp	Ordinal	1
			2) Tingkat resolusi ketajaman warna.	Ordinal	2
			3) Tingkat kemudahan pengoperasian TV Sharp	Ordinal	3
			4) Tingkat kemudahan perawatan TV Sharp	Ordinal	4
		Fitur/ciri	1) Tingkat keistimewaan produk TV Sharp	Ordinal	5
			2) Tingkat kesesuaian bentuk TV Sharp	Ordinal	6
			3) Tingkat variasi produk TV Sharp	Ordinal	7
		Rancangan	1) Tingkat kemenarikan bentuk desain produk TV Sharp	Ordinal	8
			2) Tingkat kemenarikan warna desain produk TV Sharp	Ordinal	9
			3) Tingkat kemenarikan kata- kata desain kemasan TV	Ordinal	10

Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahapan dalam konsep pengambilan keputusan, pembeli benar benar membeli produk. (Kotler dan Amstrong 2006:129)	Pilihan produk	Sharp. 1) Tingkat pemilihan TV sebagai media informasi 2) Tingkat penilaian kualitas TV Sharp	Ordinal	11
		Pilihan merek	1) Tingkat keinginan membeli merek TV sharp	Ordinal	13
			2) Tingkat kepercayaan terhadap merek TV Sharp	Ordinal	14
			3) Tingkat kesukaan merek TV Sharp		15
		Waktu pembelian	1) Tingkat pembelian TV ketika sedang promosi	Ordinal	16
			2) Tingkat pembelian TV sesuai keinginan	Ordinal	17
		Saluran pembelian	Tingkat kemudahan dalam mencari outlet TV Sharp	Ordinal	18
		Metode pembayaran	1) Tingkat kemudahan pembayaran TV Sharp menggunakan kartu kredit	Ordinal	19
			2) Tingkat keinginan pembayaran dengan cicilan	Ordinal	20

Sumber : Hasil Pengolahan Data

3.2.3. Jenis dan Sumber Data

Secara garis besar ada dua data yang harus dikumpulkan yaitu :

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden. Ada dua cara pokok untuk memperoleh data dari responden, yaitu dengan cara komunikasi dengan responden dan melakukan observasi. Komunikasi dengan

responden dapat dilakukan dengan cara kuesioner. Kuesioner dapat secara tertulis maupun lisan. Sedang observasi dilakukan dengan tanpa pertanyaan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah ada. Data tersebut sudah dikumpulkan sebelumnya untuk tujuan-tujuan yang tidak mendesak. Keuntungan data sekunder adalah sudah tersedia, ekonomis, dan cepat didapat. Kelemahan data sekunder adalah tidak dapat menjawab keseluruhan masalah yang sedang diteliti. Kelemahan lainnya adalah kurangnya akurasi karena data sekunder dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuan tertentu dengan menggunakan metode yang tidak kita ketahui sehingga memungkinkan terjadinya perbedaan unit pengukuran dan umur data.

Ada dua jenis data sekunder, yaitu data internal dan data eksternal. Yang termasuk data internal adalah data yang berasal dari dalam perusahaan, sedangkan data eksternal dapat berupa data yang dipublikasikan secara umum dan yang diperdagangkan. (Jonathan Sarwono, 2005:37).

Dari penjelasan diatas, Maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut ini :

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

Jenis Data	Sumber Data
Kinerja Kategori produk pesawat televisi tahun 2004-2006	SWA edisi November 2006
Top Brand Index produk pesawat televisi 2007	Marketing Edisi Khusus/I/ 2007
<i>Market share</i> menurut kategori merek	Republika, November 2007, www.google.co.id .
Data penjualan televisi merek Sharp	Toko Columbia Elektronik dan Toko Ming Jaya Elektronik
Tanggapan konsumen terhadap Atribut Produk pesawat televisi Sharp	Pengguna TV Sharp di Komplek Dimensi
Tanggapan konsumen terhadap Keputusan Pembelian	Pengguna TV Sharp di Komplek Dimensi

Sumber: Modifikasi dari SWA, Marketing dan SWA online November 2007

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi merupakan sekelompok objek yang yang dapat dijadikan sumber penelitian. Menurut Sugiyono (2002:72), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Berdasarkan pengertian di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna produk pesawat televisi Sharp di Komplek Perumahan Dimensi Kabupaten Bandung yang berjumlah sebanyak 176 orang.

2. 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 (2004:73), yang dimaksud dengan sampel adalah "bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu".

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 (2004:73), "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 sebagian dari Jumlah penduduk di Komplek Dimensi Kabupaten Bandung yang menggunakan Pesawat televisi Sharp.

Teknik yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti salah satunya adalah dengan 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 5%.

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

(Husein Umar, 2002:141)

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 = 176 ; e = 5% = 0,05

Maka:

$$n = \frac{176}{1 + 176(0,05)^2}$$

$$n = \frac{176}{1 + 176(0,025)}$$

$$n = \frac{176}{1,44}$$

$$n = 122,22 \approx 123$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel minimal yang diperoleh berukuran (n) minimal sebesar 123. Karena jumlah responden yang mempunyai TV konvensional hanya 103 orang dan pengguna TV LCD ada 73 orang, maka penulis hanya menyebarkan angket penelitian kepada 103 orang dari sebagian populasi atau sebagian dari jumlah penduduk di Komplek Dimensi Kabupaten Bandung yang menggunakan Pesawat televisi Sharp. Hal ini dilakukan karena TV LCD lebih unggul dari kualitas, fitur serta rancangan dibandingkan TV konvensional.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Alasan peneliti menggunakan teknik sampling tersebut dikarenakan data penduduk atau jumlah populasi di Komplek Dimensi Kabupaten Bandung yang menggunakan Pesawat Televisi Sharp adalah data yang bersifat homogen atau pengguna tetap dan bukan yang sifatnya berubah-ubah.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang dikumpulkan dalam melaksanakan penelitian ini meliputi:

1. Kuesioner/angket yaitu teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran daftar pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, atribut produk serta keputusan pesawat televisi Sharp yang dibuat secara tertulis kepada responden yang menjadi anggota sampel, yaitu pengguna TV Sharp di Komplek Dimensi Kabupaten Bandung, yang menjadi subjek penelitian. Angket yang telah dibuat disusun dalam bentuk pertanyaan dengan memberikan alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti kemudian disebarkan kepada responden. Tujuannya adalah untuk mempermudah peneliti dalam melakukan analisis data dari seluruh angket sehingga dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya. Alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang disediakan oleh peneliti menggunakan skala Likert, yaitu merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial.

2. Studi literatur yaitu mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari atribut produk dan keputusan pembelian.
3. Observasi yaitu pengamatan terhadap objek penelitian dan data yang diperlukan dalam penelitian. Mengamati ada atau tidaknya pengaruh antara atribut produk terhadap proses keputusan pembelian.

Pertanyaan dalam angket dibuat dalam bentuk pertanyaan, dan setiap alternatif diberi nilai dengan menggunakan skala likert, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Berdasarkan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-ragu	Kurang Setuju	Tidak Setuju
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

Sebelum melakukan pengolahan dan analisa data pertama-tama dilakukan kegiatan sebagai berikut :

1. Persiapan, yaitu berupa pengecekan nama dan identitas responden.
2. Mengkode data, yaitu pemberian kode-kode data yang diperoleh dengan simbol berupa angka.
3. Mentabulasi data, yaitu mengelompokkan data ke dalam tabel-tabel sehingga dapat diketahui frekuensinya.
4. Menganalisis data, yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan tersebut digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran hasil pengolahan data berdasarkan batas-batas berikut :

Tabel 3. 4
Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden

No	Penilaian	Kriteria
1	0%	Tidak seorang pun
2	1% - 25%	Sebagian kecil
3	26% - 49%	Hampir setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian besar
6	75% - 99%	Hampir seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Muhammad Ali, (1985:184)

3.2.6 Method of Successive Interval (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (ρ) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.

3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z (table normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut

$$ScaleValue = \frac{(DensityAtLowerLimit) - (DensityAtUpperLimit)}{(AreaBellowUpperLimit) - (AreaBellowLowerLimit)}$$

6. Dihitung score (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

Nilai hasil transformasi: score: scale value: scale value_{minimum+1}

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variable independen dengan variable dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Dalam proses pengelolaan data MSI tersebut, peneliti menggunakan software *succ 97*.

3.3 Rancangan Analisis data dan Uji Hipotesis

3.3.1 Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian, data mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan berfungsi sebagai pembentukan hipotesis yaitu untuk menguji pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. 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 reliabel. Adapun untuk membantu pengujian validitas dan reliabilitas ini digunakan bantuan dengan menggunakan software statistik SPSS 12.

1. Validitas

Yang dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevaliditan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2002:144)

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus *Korelasi Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

(Suharsimi Arikunto, 2002:144)

Dimana:

r = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolok ukurnya dari peserta yang sama.

Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t.

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

Nilai t dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan $dk=n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha=0,05$. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut valid.

2. Reliabilitas

Yang dimaksud dengan reliabilitas adalah menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu. Reliabel artinya, dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. (Suharsimi Arikunto, 2002:154)

Untuk melakukan uji reliabilitas, penulis menggunakan rumus alpha. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap bulir angket dengan langkah-langkah sebagai berikut :
 - a. Memberikan nomor pada angket yang masuk.
 - b. Memberikan skor pada setiap bulir sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 skala Likert.
 - c. Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor ini dikuadratkan.
 - d. Menjumlahkan skor yang ada pada setiap bulir dari setiap jawaban yang diberikan responden.
 - e. Mengkuadratkan skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap bulir dan kemudian menjumlahkannya.

2. Menghitung koefisien r untuk uji reliabilitas dengan menggunakan rumus alpha sebagai berikut :

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

(Suharsimi Arikunto, 2002:171)

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = banyaknya bulir soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian bulir

σ_t^2 = varian total

Adapun ketentuannya sebagai berikut :

1. Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen, terlebih dahulu setiap bulir tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varian bulir ($\sum \sigma_b^2$) dengan rumus sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

(Suharsimi Arikunto, 2002:171)

2. Langkah selanjutnya adalah dengan melakukan perhitungan untuk mendapatkan varian total (σ_t^2)
3. Mengkonsultasikan nilai r dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi untuk mengetahui apakah instrumen angket yang digunakan reliabel atau tidak.

3.3.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas ini menggunakan aplikasi *software SPSS 12 for windows*. Adapun variabel yang diuji yaitu Atribut Produk dan Keputusan Pembelian. Hasil pengujian pada 30 responden, dengan $dk = n-2 = 30-2=28$ diperoleh $r_{tabel} = 0,374$, tingkat validitas yang diperoleh adalah sebagai berikut :

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel	R hitung	R tabel	Ket
1	Kualitas			
	1. Tingkat kualitas TV Sharp	0.638	0,374	Valid
	2. Tingkat resolusi ketajaman warna TV Sharp	0.465	0,374	Valid
	3. Tingkat kemudahan pengoperasian TV Sharp	0.510	0,374	Valid
2	Fitur/ciri			
	1. Tingkat keistimewaan produk TV Sharp	0.486	0,374	Valid
	2. Tingkat kesesuaian bentuk TV Sharp	0.427	0,374	Valid
	3. Tingkat variasi produk TV Sharp	0.471	0,374	Valid
3	Rancangan			
	1. Tingkat kemenarikan bentuk desain produk	0.451	0,374	Valid
	2. Tingkat kemenarikan warna desain produk	0.397	0,374	Valid
4	Pilihan Produk			
	1. Tingkat keberagaman varian	0.433	0,374	Valid
	2. Tingkat penilaian kualitas	0.438	0,374	Valid
5	Pilihan Merek			
	1. Tingkat keinginan membeli merek	0.498	0,374	Valid
	2. Tingkat kepercayaan merek	0.501	0,374	Valid
6	Pilihan Penyalur			
	1. Tingkat kemudahan dalam mencari outlet TV Sharp	0.484	0,374	Valid
	2. Tingkat pembelian sesuai kemauan	0.448	0,374	Valid
7	Pilihan Waktu			
	1. Tingkat pembelian ketika sedang promosi	0,597	0,374	Valid
8	Metode pembayaran			
	1. Tingkat pembelian TV Sharp menggunakan kartu kredit	0,446	0,374	Valid
	2. Tingkat pembelian TV Sharp dengan metode pembayaran cicilan	0,412	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.5 maka dapat disimpulkan bahwa 8 variabel yang terdiri dari 20 item dapat dikatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$

Adapun 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 dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Hasil pengujian reliabilitas yang diperoleh, dapat terlihat pada Tabel 3.6 berikut ini :

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Atribut Produk	0.797	0,374	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0.783	0,374	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel, maka variabel yang diuji keduanya cukup reliabel.

3.3.3 Teknik Analisa Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah rancangan analisis regresi, analisis korelasi dan regresi linear. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

1. Rancangan Analisis Regresi

Untuk pengujian Analisis Regresi dalam penelitian ini meliputi :

a. Uji diagram pencar

Pada diagram pencar, terdapat gambaran secara kasar bahwa pola hubungan variable Y (keputusan pembelian) atas variable X (atribut produk) adalah pola hubungan linier, maka cukup beralasan mengatakan bahwa model hubungan ini adalah model regresi linear sederhana yaitu $Y = \beta_0 + \beta_1 X + \Sigma$. Dari sampel model yang dipergunakan adalah $Y = b_0 + b_1 X + \Sigma$. Kovariansi antara X dan Y sifatnya searah, dalam arti bahwa apabila X berubah makin besar maka Y pun berubah semakin besar atau apabila X berubah makin kecil, Kovariansi antara kedua variable itu disebut kovariansi positif ini mengisyaratkan hubungan positif.

b. Uji titik terjauh

Setelah menggambarkan hasil pengamatan dalam diagram dan sudah bisa menentukan pola garis lurus, maka langkah selanjutnya adalah memperhatikan apakah pada diagram pencar ada titik yang letaknya terpencil. Dalam pengujian ini penulis menggunakan bantuan SPSS. Statistik uji yang digunakan adalah:

$$t = \frac{Y - \hat{Y}}{S_{yy}^2}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:19)

c. Uji kelinieran regresi

Untuk menguji kelinieran regresi dilakukan dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$F = \frac{S_{RC}^2}{S_G^2} \quad (\text{Sudjana, 2001:16})$$

Secara statistik pengujian hipotesis keberartian arah regresi adalah:

1. $H_0 : \beta \leq 0$, Koefisien arah regresi tidak linier

Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan yang positif

2. $H_a : \beta > 0$, Koefisien arah regresi berarti

Artinya terdapat pengaruh signifikan yang positif

1. Analisis Korelasi

Setelah data yang terkumpul berhasil diubah menjadi data interval, maka langkah selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisis korelasi yang bertujuan mencari hubungan antara kedua variabel diteliti.

Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) Y. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r).

Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1 ($-1 \leq r \leq 1$), artinya jika:

Dimana:

\hat{Y} = Subjek variabel dependent yang diprediksikan (variabel keputusan pembelian)

X = Subjek pada variabel independent yang mempunyai nilai tertentu (variabel Atribut Produk)

a = Harga Y jika X = 0

b = Angka arah koefisien regresi

Pasangan data yang diperlukan untuk menghitung a dan b sebaliknya disiapkan seperti dalam tabel. Tampak adanya pasangan data dan harga-harga yang diperlukan untuk menghitung nilai a dan b. Kolom X berisi X_1, X_2, \dots, X_n dan kolom Y berisi Y_1, Y_2, \dots, Y_n . Harga-harga X dan Y oleh keadaan tertentu terikat dalam bentuk pasangan yakni X_1 dengan Y_1 , X_2 dengan Y_2 , dan seterusnya hingga terakhir X_n dengan Y_n . Untuk menghitung nilai a dan b maka digunakan metode kuadrat terkecil dengan rumus sebagai berikut :

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

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

(Sudjana 2001:8)

Adapun pedoman untuk memberikan klasifikasi pengujian pengaruh dari X (atribut produk) terhadap Y (keputusan pembelian) sebagai berikut :

Tabel 3.7
Pedoman Untuk Memberikan Klasifikasi
Pengujian Pengaruh

Besar Koefisien	Klasifikasi
<20	Sangat Rendah/Lemah dapat diabaikan
0,20 – 0,40	Rendah/Lemah
0,40 – 0,70	Sedang
0,70 – 0,90	Tinggi/Kuat
0,90 – 1,00	Sangat Tinggi/Sangat Kuat

Sumber: Sudjana (1996:370)

3.3.4 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:

$$t = \frac{rs \cdot \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}}$$

(Sudjana, 2001:62)

Keterangan :

t = Distribusi student

r = Koefisien korelasi *product moment*

n = Banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

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

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

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan (dk) pembilang (k-2) dan dk penyebut (n-k) serta pada uji satu pihak yaitu uji pihak kanan.

Secara statistik, hipotesis yang digunakan akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis.

$H_0 : \rho \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh antara Atribut produk dengan keputusan pembelian pada produk pesawat televisi Sharp

$H_a : \rho > 0$ = Terdapat pengaruh antara Atribut Produk dengan keputusan pembelian pada produk pesawat televisi Sharp