

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini mengenai pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk jamu Tolak Angin Sido Muncul. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (X) (*independent variable*) yaitu atribut produk (X) yang memiliki dimensi dasar yaitu kualitas produk, fitur (ciri-ciri keistimewaan), Desain, dan Merek. Sedangkan masalah penelitian yang merupakan variabel terikat (Y) (*dependent variable*) yaitu Keputusan Pembelian yang memiliki dimensi : Pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran distribusi, pemilihan waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

Objek yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah masyarakat peminum jamu Tolak Angin Sido Muncul di desa Blendung Kecamatan Purwadadi Subang.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai atribut produk jamu Tolak Angin Sido Muncul, tanggapan responden mengenai keputusan pembelian, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif, sebab tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk menjelaskan atau menggambarkan

pengaruh strategi atribut produk terhadap keputusan pembelian produk jamu Tolak Angin Sido Muncul. Dengan meneliti suatu perilaku pembelian pelanggan pada produk jamu Tolak Angin Sido Muncul.

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

3.2.1.1 Jenis Penelitian

Atas pertimbangan tujuan penelitian, maka penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran dari variabel penelitian, sedangkan penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Suharsimi Arikunto, 2002: 9).

Menurut Sugiyono (2006:11) menjelaskan bahwa ” Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”. Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai tanggapan konsumen atas atribut produk yang terdapat pada produk jamu Tolak Angin Sido Muncul dan keputusan pembelian yang ditimbulkan.

Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. 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 *up to date*.

Pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan langsung di lapangan. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai apakah ada pengaruh antara atribut produk dengan keputusan pembelian produk jamu Tolak Angin Sido Muncul.

3.2.1.2 Metode yang Digunakan

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskriptif tentang ciri-ciri variabel, sedangkan sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Suharsimi Arikunto, 2002: 9). Mengingat sifat penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif survey* dan metode *explanatory survey*.

Menurut Ker Linger dalam Sugiyono (2006:7) 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 deskripsi dan hubungan-hubungan antar variabel.

Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian sampel dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Penelitian ini dilakukan satu kali dan dalam kurun waktu kurang dari satu semester yaitu Oktober 2007-Januari 2008, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional*. Menurut Husein Umar (2003:45) *Cross sectional methode* yaitu: “metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). Menurut Uma Sekaran (2006:177) *Cross sectional methode* yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan dengan data yang hanya sekali dikumpulkan, mungkin selama periode harian, mingguan, atau bulanan, dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dioperasionalisasikan dalam dua variabel utama atribut produk dan Keputusan Pembelian. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel operasionalisasi variabel dibawah ini :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	Item
1	2	3	4	5	6
Atribut Produk (Variabel X)	Atribut produk adalah Pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan. (Kotler & Amstrong ,2006:225)				
	Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melakukan	<u>Kualitas Produk</u> ▪ Mutu produk	▪ Tingkat efektifitas khasiat yang dirasakan	Ordinal	1

	fungsinya, termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki serta atribut yang lain (Kotler, 2006:230)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Efek samping setelah mengkonsumsi produk 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat efek samping yang tidak berbahaya 	Ordinal	2
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepraktisan dalam pemakaian produk 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kepraktisan dalam pemakaian produk 	Ordinal	3
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepercayaan terhadap kandungan bahan alami produk 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kepercayaan terhadap kandungan bahan alami produk 	Ordinal	4
	Fitur produk adalah alat bersaing untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing (Kotler & Armstrong, 2006:356)	<u>Fitur Produk</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kesesuaian rasa dan aroma 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kesesuaian rasa dan aroma 	Ordinal	5
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inovasi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat inovasi produk 	Ordinal	6
	Desain produk adalah gaya yang lebih mencapai inti produk (Kotler & Armstrong, 2006:356)	<u>Desain</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Daya tarik variasi bentuk produk 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kemenarikan variasi bentuk produk 	Ordinal	7
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Daya tarik variasi kemasan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kemenarikan variasi kemasan 	Ordinal	8
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemenarikan warna, simbol dan gambar pada kemasan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kemenarikan warna, simbol dan gambar pada kemasan 	Ordinal	9
	Merek adalah tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu barang atau jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar, atau	<u>Merek</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengenalan terhadap merek 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat pengenalan terhadap merek 	Ordinal	10
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Daya tarik merek berdasarkan kesan kualitas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat daya tarik merek berdasarkan kesan kualitas 	Ordinal	11

	kombinasinya (Buchari Alma, 2004:147)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemudahan mengingat merek produk 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kemudahan mengingat merek produk 	Ordinal	12
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk (Kotler & Amstrong 2006:226)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keputusan pembelian berdasarkan pemilihan produk 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat pembelian berdasarkan keberagaman varian produk yang dibeli 	Ordinal	13
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat pembelian berdasarkan khasiat produk yang dibeli 	Ordinal	14
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ keputusan pembelian berdasarkan merek 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat pembelian berdasarkan kepercayaan terhadap merek 	Ordinal	15
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ keputusan pembelian berdasarkan saluran distribusi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faktor jarak/lokasi toko 	Ordinal	16
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faktor harga yang ditawarkan 	Ordinal	17
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kelengkapan produk yang dijual 	Ordinal	18
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ keputusan pembelian berdasarkan waktu 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat pembelian berdasarkan pada saat dibutuhkan 	Ordinal	19
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat pembelian produk untuk persediaan 	Ordinal	20
<ul style="list-style-type: none"> ▪ keputusan pembelian berdasarkan kuantitas/jumlah pembelian 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat pembelian berdasarkan banyaknya produk yang dibeli 	Ordinal	21		

3.2.3 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. Data primer adalah data segar yang dikumpulkan untuk

maksud tertentu atau untuk proyek *riset* tertentu. Menurut Uma Sekaran (2006:77) Data primer adalah data yang dikumpulkan untuk penelitian dari tempat aktual terjadinya peristiwa.

Data sekunder menurut adalah Data yang dikumpulkan untuk maksud lain dan data itu telah ada di tempat tertentu. Menurut Uma Sekaran (2006:77), Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui sumber yang ada atau data yang telah ada dan tidak perlu dikumpulkan sendiri oleh peneliti. Beberapa sumber data sekunder antara lain buletin statistik, publikasi pemerintah, informasi yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan dari dalam atau luar perusahaan, data yang tersedia dari penelitian sebelumnya, studi kasus dan dokumen perpustakaan, data *online*, situs *Web*, dan *internet*. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang selanjutnya diterangkan pada tabel 3.2 berikut ini :

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Persepsi masyarakat indonesia terhadap produk jamu	sekunder	Majalah Usahawan No. 09 Th. XXXII September 2003
2	<i>Market Share</i> jamu masuk angin	sekunder	Majalah Marketing edisi khusus/I/2007
3.	<i>Top Brand Index</i> obat masuk angin	sekunder	Majalah Marketing edisi khusus/I/2007
4.	Tanggapan responden mengenai atribut produk jamu masuk angin	Primer	Konsumen
5.	Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian jamu Tolak Angin	Primer	Konsumen
6	Gambaran umum perusahaan	Primer	PT. Sido Muncul
6.	Jumlah penduduk desa Blendung Purwadadi-Subang	Sekunder	Hasil pra penelitian 2007
7.	Jumlah masyarakat peminum jamu Tolak Angin Sido Muncul	Sekunder	Hasil pra penelitian 2007

3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2006:72) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Uma Sekaran (2006:241) populasi adalah keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal yang peneliti investigasi.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan yang jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Berdasarkan pemaparan diatas maka yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah warga Desa Blendung Purwadadi-Subang yang mengkonsumsi jamu Tolak Angin Sido Muncul. Berdasarkan data penduduk Desa Blendung Purwadadi Subang jumlah penduduk saat ini berjumlah 3355 orang yang tersebar di 8 RW, melalui pra penelitian yang dilakukan oleh penulis maka diperoleh 697 warga Desa Blendung yang merupakan konsumen jamu Tolak Angin Sido Muncul yang berusia 15-60 tahun dengan didasari pertimbangan pemilihan batas bawah usia tersebut dikarenakan seseorang yang telah mencapai usia 15 tahun dianggap telah dapat bertanggung jawab atas apa yang diperbuatnya. Berikut ini rincian jumlah penduduk Desa Blendung Purwadadi-Subang sebanyak 3355 jiwa.

3.2.4.2 Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:109), yang dimaksud dengan sampel adalah "sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Adapun menurut Sugiyono (2006:73), 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 (2006:73), "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). Data yang dimiliki dalam penelitian ini adalah sebagian dari seluruh masyarakat desa Blendung yang mengkonsumsi jamu Tolak Angin Sido Muncul.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, kita tidak perlu meneliti seluruh populasi, tetapi mengambil sampel yakni sebagian dari populasi yang dianggap mewakili seluruh populasi. Dalam menentukan jumlah sampel digunakan rumus pengambilan sampel dari Harun Al Rasyid (2000:44), yaitu :

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[\frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2$$

(Harun Al RAsyid,2000:44)

Keterangan :

S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Emperical Rule*

δ = *Bound of error* yang bisa ditolerir/dikehendaki sebesar 5

N = Populasi


n = Sampel

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

- Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- Nilai tertinggi skor responden : $(21 \times 5) = 105$
- Nilai terendah skor responden : $(21 \times 1) = 21$
- Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah
 $= 105 - 21 = 84$
- S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviator*) diperoleh:

$$S = (0,21) (84) = 17,64$$

Keterangan :

$S = (0,21)$, berdasarkan pengamatan dari jawaban responden yang berbentuk kurva kiri , artinya jawaban responden kebanyakan ada di skor 4 dan 5.

f. Dengan derajat kepercayaan

$$= 95\% \text{ dimana } \alpha = 0,05, Z = \left[1 - \frac{\alpha}{2} \right] = 0,975 = 1,96$$

(Lihat tabel Z, yaitu tabel normal baku akan diperoleh nilai 1,96)

g. Jadi $n_o = \left[\frac{(1,96)(17,64)}{5} \right]^2 = 47,8$

h. Dengan demikian jumlah sampel minimal adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{47,8}{1 + 47,8} = 697$$

$$n = 44,73 = 45$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan taraf kesalahan 5% diperoleh ukuran sampel minimal sebesar 50 orang. Jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden.

3.2.4.3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. (Sugiyono, 2006:91). Untuk memperoleh sampel yang representatif digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

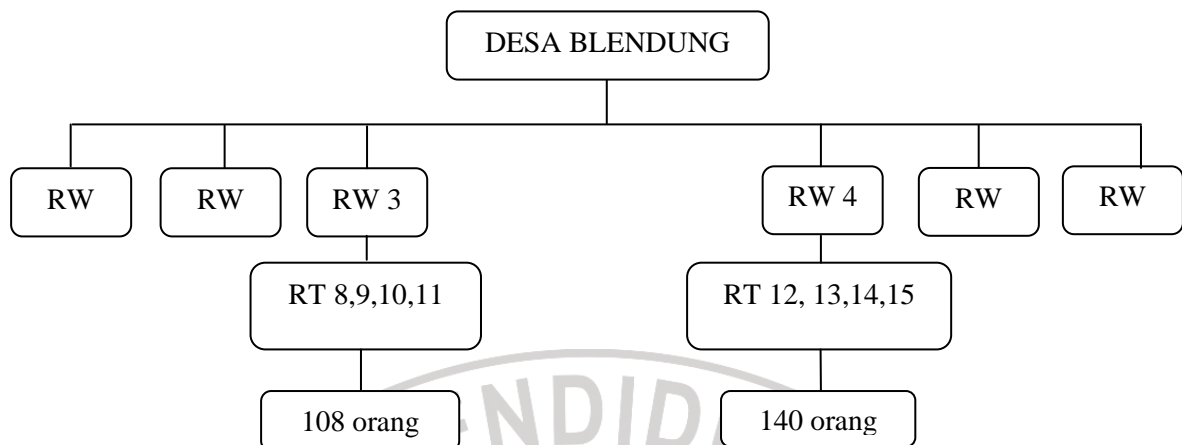
1. Menginventarisasi jumlah penduduk konsumen peminum jamu Tolak Angin Sido Muncul di Desa Blendung Kecamatan Purwadadi Subang.
2. Menentukan ukuran sampel dari besarnya populasi yaitu sebagian konsumen peminum jamu Tolak Angin Sido Muncul di Desa Blendung Kecamatan Purwadadi Subang.

Dalam penelitian ini ukuran sampel ditentukan dalam uji statistik yang akan digunakan yaitu dengan *Cluster Random Sampling* atau sering disebut juga sebagai area sampling. Menurut Sugiono (2006:95) dalam *Cluster Random Sampling* untuk menentukan jumlah penduduk mana yang dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya berdasarkan populasi yang ditetapkan. Dalam *Cluster Random Sampling* sering digunakan 2 tahapan yaitu tahap pertama menentukan sampel sampel daerah dan tahap kedua menentukan orang-orang yang ada pada daerah tersebut secara sampling.

Berpedoman pada uraian tersebut, peneliti melakukan tahap sebagai berikut:

1. Menentukan kecamatan yang akan dipilih, yaitu Kecamatan Purwadadi yang terdiri dari 11 desa, dipilih satu desa yaitu Desa Blendung. Desa Blendung terdiri dari 8 RW, dipilih dua RW yaitu RW 3 dan RW 4.
2. Menentukan RT yang akan dipilih, untuk RW 3 dipilih RT 9 dan RT 10 sedangkan untuk RW 4 dipilih RT 14 dan RT 15.

Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada Gambar 3.1 di bawah ini:



GAMBAR 3.1
LANGKAH-LANGKAH *CLUSTER RANDOM SAMPLING*

Berdasarkan data yang diperoleh banyak subjek yang terdapat pada tiap strata/tiap wilayah tidak sama. Oleh karena itu, untuk memperoleh sampel yang representatif, pengambilan subjek dari tiap strata atau wilayah ditentukan seimbang atau sebanding dengan banyaknya subjek dalam masing-masing strata atau wilayah. Demikian pula sampel penelitian ini merupakan sampel strata atau wilayah yang terdiri dari sebagian penduduk Desa Blendung.

Adapun untuk menentukan jumlah konsumen jamu Tolak Angin Sido Muncul yang akan mengisi angket pada setiap RT maka dilakukan jumlah penentuan sampel dengan cara proporsional, yaitu sebagai berikut:

TABEL 3.3
PENYEBARAN PROPORSI SAMPEL
PADA SETIAP RT PENELITIAN

No	RW	RT	Jumlah	Sampel	Jumlah pengguna Jamu
1	03	09	50	$50/248 \times 50$	10
		10	58	$58/248 \times 50$	12
2	05	14	68	$68/248 \times 50$	13
		15	77	$77/248 \times 50$	15
Jumlah					50

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian dengan data yang terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data adalah :

1. Studi literatur

Studi literatur adalah usaha untuk menggunakan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel-variabel yang diteliti yang terdiri dari atribut produk dan keputusan pembelian.

2. Observasi

Melakukan observasi/pengamatan langsung ke objek yang dijadikan sasaran yang diteliti yaitu masyarakat yang mengkonsumsi jamu Tolak Angin Sido Muncul

3. Kuesioner

Teknik pengumpulan data mengenai penyebaran seperangkat daftar pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden yang dijadikan anggota sampel.

Untuk lebih jelasnya mengenai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.4 berikut:

TABEL 3.4
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No.	Teknik pengumpulan data	Sumber data
1.	Studi literatur	Atribut produk dan keputusan pembelian
2.	Observasi	Aktivitas pembelian Tolak Angin berdasarkan atribut produk
3.	Kuesioner	Masyarakat Desa Blendung Kecamatan Purwadadi-Subang

3.2.6 Skala Pengukuran Variabel

Penelitian ini akan menganalisis dua variabel yaitu atribut produk 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 Sugiyono (2006:86) sebagai berikut "Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang suatu fenomena sosial". Adapun menurut Kinnear yang dikutip oleh Husein Umar (2003:137) 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 (2006:108)

3.2.7 Validitas dan Reliabilitas

3.2.7.1. 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 (2002:145) 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.

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus *Korelasi Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai 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, 2002 :146)

Keterangan :

r = koefisien korelasi *product moment*

n = Jumlah sample

Σ = Kuadrat faktor variable X

ΣY^2 = kuadrat faktor variable Y

ΣXY = jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y

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

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi *product moment*

t = distribusi student dengan derajat kebebasan $dk = n - 2$

n = Banyaknya sampel

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 $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

3.2.7.2 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 (2002:154) artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Husein Umar, 2003:194).

Pada penelitian ini reliabilitas dicari 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, 2003:207 dan Suharsimi Arikunto, 2002:171)

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 :

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

(Husein Umar, 2003:209)

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.

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 12.0 *for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 12.0 *for window* sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variabel X dan variabel Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- 2) Klik variabel *view*, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *column*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
- 3) Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada *toolbar* pilih *Reliability Analyze*
- 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.

3.2.8 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 atribut produk (X) dengan keputusan pembelian (Y).

Pada penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden 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

Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Nirwana SK Sitepu (1994:11) menyatakan "Syarat variabel dalam regresi sekurang-kurangnya interval". Berdasarkan pendapat tersebut maka langkah-langkah teknik analisis data adalah sebagai berikut:

1. *Method of Successive internal (MSI)*

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasional variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut antara lain:

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

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

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Menguji β Melalui Uji t

Menguji β adalah untuk memeriksa apakah dalam populasi memang ada hubungan linier antara Y dengan X. Statistik uji yang dipergunakan (Draper and Smith, 1981):

$$t = \frac{b_1}{s(b_1)}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:21)

Menguji β melalui Uji t

Nilai b didapat dengan rumus:

$$b_1 = \frac{\sum_{i=1}^n X_i Y_i - \frac{\sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y_i}{n}}{\sum_{i=1}^n X_i^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n X_i\right)^2}{n}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:18)

Nilai $s(b_1)$ didapat dengan rumus:

$$s(b_1) = \sqrt{s^2(b_1)} = \frac{s_{Y/X}^2}{\sum_{i=1}^n X_i^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n X_i\right)^2}{n}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:20)

Keterangan:

$s(b_1)$ = Standar eror untuk b_1

3. Diagram Pencar

Pada diagram pencar, terdapat gambaran secara kasar bahwa pola hubungan variabel Y (keputusan pembelian) atas variabel X (atribut produk)

adalah pola hubungan linier, maka cukup beralasan mengatakan bahwa model hubungan ini adalah model regresi linier sederhana yaitu $Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$. Dari sampel model yang dipergunakan adalah $Y = b_0 + b_1 X + e$. Kovariansi antara X dan Y sifatnya searah, dalam arti bahwa apabila X berubah makin besar maka Y pun berubah makin besar atau apabila X berubah makin kecil, maka Y pun berubah makin kecil. Kovariansi antara kedua variabel itu disebut kovariansi positif, ini mengisyaratkan hubungan positif.

4. Uji Titik Terpencil

Setelah menggambarkan hasil pengamatan dalam diagram pencar 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:

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

(Nirwana SK Sitepu, 1994:19)

5. Langkah Kerja Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Nirwana SK Sitepu (1994:29), jika ingin menggambarkan hubungan antara dua variabel yang memiliki skala pengukuran interval, maka langkah kerjanya sebagai berikut:

- a. Tentukan terlebih dahulu secara jelas mana yang menjadi variabel bebas dan mana variabel tak bebas

- b. Periksa secara kasar melalui diagram pencar bagaimana bentuk pola hubungan antara variabel bebas dengan variabel tak bebas. Apabila pola pencaran titik-titik yang memperlihatkan hubungan antara variabel X dan variabel Y mengikuti pola garis lurus, maka mempunyai pegangan atau dasar untuk mengatakan (menggunakan) model regresi linier sederhana dengan model $Y = \beta_0 + \beta_1 X + \epsilon$.
- c. Perhatikan apakah pada diagram pencar ada titik-titik yang letaknya terpercil. Jika ada titik yang letaknya terpercil lakukan pengujian terpercil, untuk menentukan apakah titik tersebut harus dikeluarkan atau tidak.
- d. Lakukan perhitungan koefisien-koefisien yang diperlukan
- e. Lakukan pengujian kecocokan model
- f. Kesimpulan

Bentuk umum persamaan Regresi Linier Sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = subyek dalam variabel dependen yang diprediksi

X = subyek pada variabel independent yang mempunyai nilai tertentu

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

b = angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau pun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada variabel independent. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

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

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

$\sum X_i$, $\sum y_i$, $\sum X_i Y_i$, $\sum X_i^2$, $\sum Y_i^2$, dan

- 2) Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sugiyono (2005:206) sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum Y_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{N \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

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

Variabel atribut produk (X) dikatakan mempengaruhi keputusan pembelian (Y), jika berubahnya nilai atribut produk (X) akan menyebabkan adanya perubahan nilai keputusan pembelian (Y), artinya naik turunnya atribut produk (X) akan membuat nilai keputusan pembelian (Y) juga naik turun, dengan demikian nilai keputusan pembelian (Y) akan bervariasi. Namun nilai keputusan pembelian bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan atribut produk, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya pengaruh antara variabel X dan Y, maka dapat digunakan pedoman yang tertera pada Tabel 3.6 di bawah ini :

TABEL 3.6
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN
INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 –0,199	Sangat rendah
0,20 –0,399	Rendah
0,40 –0,599	Sedang
0,60 –0,799	Kuat
0,80 –1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2006:183)

3.2.7.2 Rancangan Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian ini akan di uji dengan mendeskripsikan hasil analisis Regresi Linier Sederhana.

Untuk menguji ada tidaknya hubungan/pengaruh antara variabel X dan Y digunakan rumus distribusi (t student) yaitu:

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

(Sugiyono, 2005:184)

Keterangan:

t = distribusi student (distribusi t)

n = banyaknya data

r = koefisien korelasi dari uji independent (kekuatan korelasi)

Kriteria Pengujian:

Jika t hitung $\geq t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dalam penelitian ini, hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut :

H_0 : $\rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif antara atribut produk terhadap keputusan pembelian.

H_a : $\rho > 0$, artinya terdapat pengaruh positif antara atribut produk dengan keputusan pembelian

Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y maka digunakan rumus KD (koefisien determinasi), yaitu:

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

Nilai r didapat dengan rumus:

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

(Sugiyono, 2005:210)