

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh pelaksanaan promosi dengan menggunakan iklan melalui media radio terhadap keputusan pembelian obat flu merek Mixagrip. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini sebagai variabel bebas (*independent variable*) adalah efektivitas iklan melalui media radio yang terdiri dari tujuan iklan, pesan iklan, daya tarik iklan, ketepatan, dan durasi. Objek yang merupakan variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan pembelian yang terdiri dari lima tahapan yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian.

Objek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah masyarakat pendengar radio di Kelurahan Karaton, Pandeglang-Banten yang telah mengenal atau menggunakan obat flu merek Mixagrip. Dari objek penelitian ini, maka akan dianalisis mengenai pengaruh efektivitas iklan melalui media radio terhadap tingkat keputusan pembelian obat flu merek Mixagrip.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1. Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

3.2.1.1. Jenis Penelitian

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Sugiyono (2004:11) 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 persepsi konsumen atas pemutaran iklan di radio yang dilaksanakan oleh PT. Dankos Laboratories dan keputusan pembelian yang ditimbulkan.

Adapun jenis penelitian *verifikatif* menurut Suharsimi Arikunto (2006:8) pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Pada penelitian ini diuji mengenai pengaruh efektivitas iklan melalui media radio terhadap tingkat keputusan pembelian produk Mixagrip.

3.2.1.2. Metode yang Digunakan

Berdasarkan jenis penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif survey* dan *explanatory survey* yang merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan antar variabel. Menurut Masri Singarimbun (1995 : 5), *explanatory survey* dimaksudkan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa.

Selain itu karena penelitian ini dilakukan pada waktu kurang dari satu tahun yaitu mulai dari bulan Maret tahun 2007 sampai dengan bulan Agustus tahun 2007, 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 (Husein Umar, 2001:45).

3.3.Operasionalisasi Variabel

Variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini meliputi efektivitas iklan melalui media radio yaitu variabel bebas (X) yang terdiri dari tujuan, pesan, daya tarik, ketepatan dan durasi, dengan tingkat keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y), yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Secara lebih rinci dapat terlihat pada Tabel berikut ini :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	Item
Iklan Melalui Media Radio (X)	Radio merupakan jembatan perantara antara produsen dengan konsumen, yang memiliki jangkauan selektif terhadap segmen pasar tertentu. Radio mengiklankan pesan produsen pada audiens yang terdapat pada segmen pasar tertentu dengan harapan agar mereka membeli produk-produk yang diiklankan, sesuai dengan asas-asas pembelian. (Renald Kasali, 1992)	Tujuan	1. Tingkat ketepatan menginformasikan	Ordinal	1
			2. Tingkat ketepatan membujuk	Ordinal	2
			3. Tingkat ketepatan mengingatkan	Ordinal	3
		Pesan	1. Tingkat kemudahan mengingat pesan	Ordinal	4
			2. Tingkat kemudahan memahami pesan	Ordinal	5
			3. Tingkat kesesuaian isi pesan dengan produk yang ditawarkan	Ordinal	6
		Daya Tarik	1. Tingkat kemenarikan cerita yang digunakan	Ordinal	7
			2. Tingkat kemenarikan slogan yang digunakan	Ordinal	8
			3. Tingkat kemenarikan jingle yang digunakan	Ordinal	9
		Ketepatan	1. Tingkat Ketepatan media yang digunakan	Ordinal	10

			2. Tingkat ketepatan media iklan radio	Ordinal	11
			3. Tingkat Ketepatan penayangan iklan	Ordinal	12
		Durasi	1. Tingkat Keseringan penayangan iklan	Ordinal	13
			2. Tingkat durasi waktu penayangan iklan	Ordinal	14
Keputusan Pembelian (Y)	Pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan semua alternatif dan memilih alternatif yang memberikan hasil yang maksimum. (Philip Kotler 2005)	Pilihan Produk	1. Tingkat perbandingan terhadap produk lain	Ordinal	15
			2. Tingkat keunggulan produk	Ordinal	16
			3. Tingkat manfaat yang diberikan produk	Ordinal	17
		Pilihan Merek	1. Tingkat ketertarikan pada merek	Ordinal	18
			2. Tingkat kebiasaan pada merek	Ordinal	19
			3. Tingkat kesesuaian harga	Ordinal	20
		Pemilihan Penyalur	1. Tingkat pelayanan yang diberikan	Ordinal	21
			2. Tingkat kemudahan dalam mendapatkan	Ordinal	22
			3. Tingkat persediaan barang	Ordinal	23
		Waktu Pembelian	1. Tingkat kesesuaian dengan kebutuhan	Ordinal	24
			2. Tingkat keuntungan yang dirasakan	Ordinal	25
			3. Tingkat kesesuaian alternatif pilihan	Ordinal	26
		Jumlah Pembelian	1. Tingkat Keputusan pembelian	Ordinal	27
			2. Tingkat keputusan pembelian untuk persediaan	Ordinal	28

3.4. Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data yang diperlukan, dikelompokkan ke dalam 2 golongan yaitu, data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari penyebaran kuesioner kepada responden yang dianggap telah memiliki populasi. Selain data primer, jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu, data sekunder adalah data yang sudah tersedia sebelumnya, diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, *literature*, internet, dan tulisan-tulisan ilmiah.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis Data	Sumber Data	Digunakan untuk Tujuan Penelitian		
		T-1	T-2	T-3
Pangsa pasar obat flu (Decolgen, Ultraflu, Neozep, Sanaflu, Mixagrip)	www.swa.co.id	-	-	-
Pemain Utama Obat Flu	SWA No.20/XXII/21 September 2006	-	-	-
Tingkat Kepuasan Konsumen (Decolgen, Ultraflu, Neozep, Sanaflu, Mixagrip)	SWA No.20/XXII/21 september 2006	√	√	√
Tingkat Loyalitas Konsumen terhadap Obat flu (Decolgen, Ultraflu, Neozep, Sanaflu, Mixagrip)	SWA No.19/XXII/5 September 2006	√	√	√
PT Dankos Laboratories (produsen Mixagrip)	www.dankos.com www.kalbefarma.com	-	-	-
Karakteristik Konsumen	Konsumen pengguna Obat flu Mixagrip	√	√	√
Gambaran konsumen terhadap periklanan melalui media iklan radio produk obat fku merek Mixagrip	Konsumen pengguna Obat flu Mixagrip	√	-	-
Gambaran Konsumen terhadap keputusan pembelian obat flu merek Mixagrip	Konsumen pengguna Obat flu Mixagrip	-	√	-
Gambaran konsumen mengenai periklanan melalui media iklan radio terhapa keputusan pembelian obat flu merek Mixagrip	Konsumen pengguna Obat flu Mixagrip	-	-	√

3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.5.1. Populasi

Dalam mengumpulkan dan menganalisa suatu data, langkah yang paling utama adalah menentukan terlebih dahulu populasi. Banyak sekali para ahli statistik yang mengungkapkan apa yang dimaksud dengan populasi. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:130), yang dimaksud dengan populasi adalah keseluruhan objek penelitian.

Adapun menurut Sugiyono (2006:55) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Berdasarkan pengertian di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pendengar radio yang pernah ataupun sering mendengar Iklan Mixagrip di radio serta menggunakan obat flu merek Mixagrip di Kelurahan Karaton Pandeglang. Berdasarkan data penduduk Kelurahan Karaton, pada masyarakat pendengar radio di Kelurahan Karaton, Pandeglang jumlah penduduk di Kelurahan Karaton sampai saat ini berjumlah 7831 orang yang tersebar di 12 RW, melalui pra penelitian yang dilakukan oleh penulis maka diperoleh 773 warga kelurahan Karaton, Pandeglang yang merupakan pendengar radio yang pernah atau sering mendengar Iklan Mixagrip di radio serta menggunakan obat flu merek Mixagrip.

3.5.2. 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. Sedangkan menurut Sugiyono (2006:56), yang dimaksud dengan sampel adalah bagian dari jumlah 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. Maka dari itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Menurut Sugiyono (2006:56) :

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 benar-benar mewakili.

Jadi, sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil datanya untuk diolah dan dianalisis. Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut akan diberlakukan untuk populasi, oleh karena itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan rumus dari Harun Al Rasyid (2000:44), yaitu :

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

Sedangkan n_o dapat dicari dengan menggunakan rumus berikut :

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

Keterangan :

N : Populasi (773)

n : Ukuran sampel

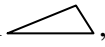
n_o : Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit

∂ : *Bound of error* yang bisa ditolelir/dikehendaki adalah 5

S : Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Demings empirical rule*

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

- Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- Nilai tertinggi skor responden $(28 \times 5) = 140$
- Nilai terendah skor responden $(28 \times 1) = 28$
- Rentang (nilai tertinggi – nilai terendah) = 112
- S adalah simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi $(0,21)$
 $(112) = 23,52$

Keterangan : S (0,21), berdasarkan pengamatan dari jawaban responden yang berbentuk kurva kiri , artinya jawaban responden kebanyakan ada di skor 4.

f. Derajat kepercayaan = 95% dimana resiko kekeliruan yang mungkin

$$\text{terjadi} = \alpha = 0,05, Z = \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = 1,96$$

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

g. Jadi $n_0 = \left[\frac{1,96 \times 23,52}{5} \right]^2 = 84,82$

Dengan demikian jumlah sampel minimal adalah sebagai berikut :

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

$$n = 77 \text{ orang}$$

h. Jumlah sampel adalah 77 orang

3.5.3. Teknik Sampling

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.

Sampel yang representatif dapat diperoleh dengan menggunakan langkah-langkah penelitian sebagai berikut :

1. Menginventarisasi jumlah penduduk pendengar radio yang menggunakan obat flu merek Mixagrip di Kelurahan Karaton Pandeglang.

2. Menentukan ukuran sampel dari besarnya populasi yaitu sebagian pendengar radio yang menggunakan obat flu merek Mixagrip di Kelurahan Karaton Pandeglang.

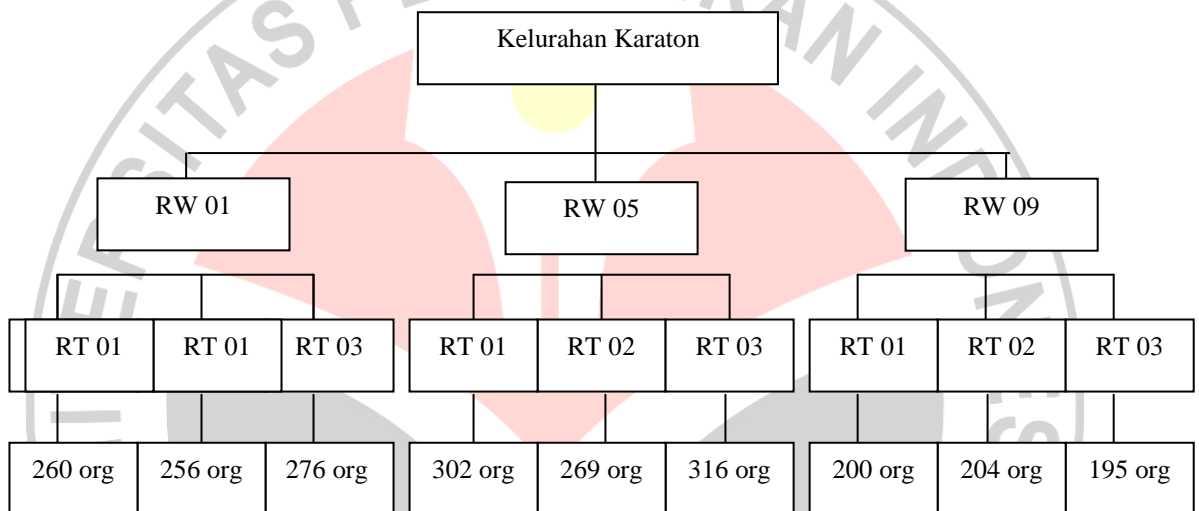
Pada penelitian ini ukuran sampel ditentukan dalam uji statistik yang akan digunakan yaitu *Cluster Random Sampling (CRS)* atau disebut juga sebagai area sampling. Menurut Sugiyono (2006:59) dalam *Cluster Random Sampling (CRS)* untuk menentukan jumlah penduduk mana yang dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya berdasarkan populasi yang ditetapkan. Dalam *Cluster Random Sampling (CRS)* sering digunakan melalui dua tahap yaitu tahap pertama menentukan sampel daerah dan tahap berikutnya menentukan orang-orang yang ada pada daerah itu secara sampling.

Untuk menentukan sampel daerah menurut Harun Al Rasyid (2000 : 99) dapat ditentukan melalui langkah-langkah berikut :

- a. Populasi dibagi ke dalam *Cluster*. Untuk konkritnya populasi dibagi dalam 3 RW. *Cluster* terbesar dalam populasi (N) disebut satuan sampling primer (SSP), dalam hal ini RW.
- b. Dari N buah SSP dipilih sebanyak n buah SSP melalui *simple random sampling*. Hal ini disebut pemilihan tingkat pertama (*First Stage Collection*). SSP yang berisi satuan sampling yang lebih kecil disebut satuan sampel sekunder (SSS). Pemilihan SSS dilakukan dengan teknik *simple random sampling* dengan syarat SSP yang terpilih paling sedikit dua SSS. Pemilihan SSS disebut juga pemilihan tingkat ke dua (*Second Stage Sampling*).

- c. Kemudian dipilih kembali dari SSS yang disebut pemilihan tingkat tiga (*three stage sampling*). Penarikan jumlah sampling disesuaikan dengan jumlah populasi yang dihitung melalui *cluster* dengan teknik *simple random sampling*.

Berdasarkan penentuan sampel yang diambil dari Harun Al Rasyid maka untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 sebagai berikut :



GAMBAR 3.1
LANGKAH-LANGKAH CLUSTER RANDOM SAMPLING

Adapun untuk menentukan jumlah pendengar radio yang menggunakan obat flu merek mixagrip 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 Obat
1	01	01	260	$260/2278 \times 77$	8
		02	256	$256/2278 \times 77$	8
		03	276	$276/2278 \times 77$	10
2	05	01	302	$302/2278 \times 77$	11
		02	269	$269/2278 \times 77$	9
		03	316	$316/2278 \times 77$	12
3	09	01	200	$200/2278 \times 77$	6
		02	204	$204/2278 \times 77$	7
		03	195	$195/2278 \times 77$	6
Jumlah					77

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah :

a. Kuesioner/Angket

Yaitu teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran seperangkat kuesioner (daftar pertanyaan) yang telah disusun sedemikian rupa kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian. Dalam penelitian ini kuesioner atau angket berlaku sebagai data primer. Angket yang digunakan dan disebarkan pada responden merupakan angket tertutup yaitu angket dengan item-item pertanyaan angket yang disusun dengan memberikan alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti, sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan analisis data dari seluruh angket sehingga dapat menghemat waktu.

Angket ini ditujukan pada masyarakat pendengar radio di Kelurahan Karaton, Pandeglang Banten dalam bentuk pernyataan. Setiap pernyataan terdiri dari pernyataan yang positif. Skor pada setiap pilihan terdiri dari lima kategori dan setiap alternatif diberi nilai dengan menggunakan skala likert, yaitu sebagai berikut :

TABEL 3.4
SKALA LIKERT DENGAN PILIHAN POSITIF

Pilihan	Kriteria
5	Sangat setuju
4	Setuju
3	Kurang setuju/ragu-ragu
2	Tidak setuju
1	Sangat tidak setuju

b. Studi Literatur

Yaitu pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajari buku, majalah ilmiah, jurnal, dan *home page/ website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

c. Riset Lapangan

Riset lapangan yaitu melakukan pengamatan langsung ke objek yang dijadikan sasaran. Peneliti berfungsi sebagai pengumpul data, sedangkan responden yaitu masyarakat pendengar radio di Kelurahan Karaton, Pandeglang-Banten sebagai pemberi data atau sumber data bagi peneliti.

3.7. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting. Hal tersebut disebabkan karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan 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.

3.7.1. Pengujian Validitas

Dalam sebuah 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 mempunyai dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2006:168). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus Korelasi *Product*

Moment yang digunakan oleh Pearson sebagai berikut :

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

(Suharsimi Arikunto, 2006 :170)

Dimana:

r = koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y, dua variabel yang dikorelasikan

N = Jumlah Sampel

$\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

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

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

Keputusan uji validitas item instrumen ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada 30 responden dengan instrumen penelitian yang terdiri dari 28 item, dengan $dk = n-2 = 30-2=28$ diperoleh $r_{tabel} = 0,374$ maka dapat disimpulkan bahwa 2 variabel yang terdiri dari efektivitas iklan melalui media radio dan tingkat keputusan pembelian dapat dikatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk menguji variabel penelitian yang digunakan sudah tepat.

3.7.2. Pengujian Reliabilitas

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. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan sesuatu.

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2006 :178).

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

Rumus alpha atau crobach'a alpha (α) sebagai berikut :

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

(Suharsimi Arikunto 2006 : 196)

Dimana :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

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

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan sebagai berikut :

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

(Husein Umar, 2002 : 127)

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.

Sedangkan untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2002) adalah sebagai berikut :

TABEL 3.5
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Interpretasi
Antara 0,800-1,000	Reliabilitas sangat tinggi
Antara 0,600-0,800	Reliabilitas tinggi
Antara 0,400-0,600	Reliabilitas cukup
Antara 0,200-0,400	Reliabilitas rendah
Antara 0,000-0,200	Reliabilitas sangat rendah

Sumber : Suharsimi arikunto (2002)

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi *SPSS 13 for Windows*. Adapun langkah-langkah menggunakannya adalah sebagai berikut :

- 1) Memasukan data variabel X dan Variabel Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data *view*
- 2) Klik *variable view*, lalu isi kolom name dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X,Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloumn*, *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 *reliable* atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada 30 responden dengan instrumen penelitian yang terdiri dari 2 variabel, yaitu efektivitas iklan melalui media radio dan tingkat keputusan pembelian dengan $r_{tabel} = 0,374$ maka dapat

disimpulkan bahwa instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk menguji variabel penelitian yang digunakan bersifat andal atau dapat dipercaya.

3.8. Teknik Analisa 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 efektivitas iklan melalui media radio terhadap tingkat 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

Pengujian hipotesis pada penelitian ini digunakan analisis *Regresi Linear* yang diolah melalui program SPSS 13 for windows. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini menggunakan data ordinal hasil pengisian kuesioner untuk menganalisis hubungan dari variabel pengaruh efektivitas iklan melalui media radio sebagai variabel *independent* (X) dengan tingkat keputusan pembelian sebagai variabel *dependent* (Y).

3.8.1. *Method of Successive Interval* (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang di jelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 2000 : 131). 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 perhitungan proporsi (p) 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 (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban

- 5) 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. dalam proses pengelolaan data MSI tersebut, peneliti menggunakan *software succ 97*.

3.8.2. Analisis Korelasi

Setelah data yang terkumpul berhasil diubah menjadi data interval, maka selanjutnya adalah menghitung dengan menggunakan analisis korelasi dengan tujuan mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Penentuan koefisien korelasi dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Pearson (Product Moment)*, yaitu :

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

(Sugiyono, 2006 : 213)

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antara variabel X dan Y, maka dapat digunakan pedoman yang tertera pada Tabel 3.6. di bawah ini :

TABEL 3.6.
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN KLASIFIKASI
PENGUJIAN HUBUNGAN

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat kuat

Sugiyono, 2006 : 216

3.8.3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi digunakan untuk menguji pengaruh antar dua variabel. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam analisis regresi linier sederhana ini terdapat dua variabel yang diramalkan, yaitu efektivitas iklan melalui media radio (variabel dependen) dengan tingkat keputusan pembelian (variabel independen).

Bentuk persamaannya adalah :

$$Y' = a + bx$$

Dimana :

Y' = Nilai yang diukur dari variabel terikat

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.

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

- 1) Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu, ΣY_i , Y_i , ΣX_i^2 , ΣY_i^2 dan
- 2) Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan sudjana (2001 : 315) sebagai berikut :

$$a = \frac{(\Sigma Y_i)(\Sigma X_i^2) - (\Sigma X_i)(\Sigma X_i Y_i)}{n \Sigma X_i^2 - (\Sigma X_i)^2}$$

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

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

Besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y dapat dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi (r^2). Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen hingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$.

Koefisien determinasi = $r^2 \times 100\%$ (Sudjana, 2001 : 369)

$$r^2 = \frac{b[n\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)]}{n\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2}$$

(Sudjana =, 2001 : 370)

Adapun pedoman untuk memberikan klasifikasi pengujian pengaruh dari variabel X (efektivitas iklan melalui media radio) terhadap variabel Y (tingkat keputusan pembelian) adalah sebagai berikut :

TABEL 3.6
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

(Sugiyono, 2004:370)

Kesimpulan Statistik

Selanjutnya membanding nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika :

Nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Nilai $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Adapun cara lain yang lebih efektif dan efisien yaitu dengan menggunakan computer pada program SPSS 13 *for windows*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 13 *for windows* adalah sebagai berikut :

1. Masukkan data variabel X dan variabel Y, harga jumlah-jumlah dari jawaban responden atas no *item* pada variabel *view*
2. Klik *variable view*, isi kolom *variable name* dengan variable-variabel penelitian (misal X,Y dan Z) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-

nama variable penelitian), *coloumn*, *align* (*left*, *center* dan *right*) dan isi juga kolom *measure* (skala, ordinal atau nominal).

3. Kembali ke data view, kemudian klik *analyze* pada *toolbars* pilih *Regression*. Pilih *Linear*
4. masukkan variabel Media Iklan Radio pada kotak *Independent* dan variabel Keputusan pembelian pada kotak *Dependent*.
5. Klik tombol *Statistic* sehingga kotak dialog *Linear Regression Statistic* muncul. Secara *default* *Estimates* dan *model fit* terpilih. Anda dapat melakukan tambahan uji statistika bila diperlukan.
6. Klik tombol *continue*
7. Klik tombol *options* sehingga kotak dialog *Linear Regression Options* muncul. Pilih *Use Probability of F* kemudian masukkan nilai tingkat kepercayaan pada kotak *entry*.
8. Klik tombol *Continue*
9. Klik OK. Output *SPSS Viewer* akan menampilkan hasil.