

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan pendekatan manajemen pemasaran yang membahas tentang pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor new honda tiger revolution cruiser. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang terdiri dari satu variabel bebas (*Independent Variable*) atau variabel eksogen yaitu desain produk dan satu variabel terikat (*Dependent Variable*) atau variabel endogen yaitu keputusan pembelian.

Objek penelitian ini dilakukan pada anggota Paguyuban Tiger Rider Club Cimahi. Dan hal-hal yang akan dianalisis adalah yang berhubungan dengan desain produk (X) yang meliputi: bentuk, fitur, mutu kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, dan gaya. Sedangkan keputusan pembelian (Y) meliputi: pemilihan produk, pemilihan merek, dan waktu pembelian.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan mengacu pada tujuan penelitian yang diajukan. Dilihat dari tujuannya, penelitian ini ingin memperoleh gambaran tentang desain produk dan untuk mengetahui sejauh mana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Sifat dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif.

Metode penelitian merupakan salah satu alat penolong bagi peneliti untuk mendapatkan hasil dan kesimpulan dari suatu objek yang diteliti. Jenis penelitian yang diambil oleh peneliti adalah penelitian deskriptif dan verifikatif.

Penelitian deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat (Whitney(1960), dalam Moh. Nazir,2003:100). Menurut Sugiono (2006:11) menjelaskan bahwa, “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (Independent) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.”

Kesimpulan penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Penelitian verifikatif diterangkan oleh Suharsimi Arikunto (2006:7) sebagai berikut: “Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan.” Penelitian ini akan menguji mengenai kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini dilaksanakan melalui sensus terhadap anggota Paguyuban Tiger Rider Club Cimahi untuk mengetahui seberapa besar kinerja desain produk mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor New Honda Tiger Revolution Cruiser.

Penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang dipergunakan adalah metode *cross sectional method*

(pendekatan silang) dan *time-series method*. *Cross sectional method* adalah salah satu rancangan riset yang terdiri dari pengumpulan informasi mengenai sampel tertentu dari elemen populasi hanya satu kali (Malhotra, 2004:95-96). Sedangkan *Time-series method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). (Husein Umar, 2001: 45)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Asep Hermawan (2006:118) mendefinisikan bahwa operasionalisasi variabel adalah bagaimana caranya kita mengukur suatu variabel. Dalam suatu penelitian agar bisa dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel.

Variabel yang dikaji dalam penelitian meliputi desain produk (X) dimana indikator dari (X) ini adalah bentuk, fitur, mutu kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, dan gaya. Sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel (Y). Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel	Sub variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item soal
Desain Produk (X)		Totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan (Kotler 2006:343)				
	Bentuk	Struktur fisik dari suatu produk yang menciptakan	• keunikan bentuk new honda tiger revolution cruiser	• Tingkat keunikan bentuk new honda tiger revolution	Ordinal	1

Variabel	Sub variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item soal
		perbedaan dengan produk lainnya.	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian ukuran body sepeda motor new honda tiger revolution cruiser • Daya tarik advanced visor new honda tiger revolution cruiser yang dapat meminimalkan tekanan udara 	<ul style="list-style-type: none"> • cruiser • Tingkat Daya tarik kesesuaian ukuran body sepeda motor new honda tiger revolution cruiser • Tingkat Daya advanced visor new honda tiger revolution cruiser yang bentuknya aerodinamis dan meminimalkan tekanan udara 	Ordinal	2
	Fitur	Identik dengan sifat atau sesuatu yang unik, khas, istimewa yang tidak dimiliki oleh produk lain.	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik <i>headlight asimtris</i>, desain lampu depan pertama di Indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Daya tarik <i>headlight asimtris</i>, desain lampu depan pertama di Indonesia 	Ordinal	4
<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik new honda tiger revolution cruiser dengan New Taillight Design yang tampil lebih sporty. 			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Daya new honda tiger revolution cruiser dengan New Taillight Design yang tampil lebih sporty. 	Ordinal	5	
<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik new honda tiger revolution cruiser dengan <i>muscular shroud</i> yang futuristic 			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Daya tarik new honda tiger revolution cruiser dengan <i>muscular shroud</i> yang futuristic 	Ordinal	6	
<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik <i>sprocket chain stooper</i> yang memberikan keamanan berkendara 			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Daya tarik <i>sprocket chain stooper</i> yang memberikan keamanan berkendara 	Ordinal	7	
	Mutu kesesuaian	kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi sasaran yang dijanjikan.	<ul style="list-style-type: none"> • Keunikan desain new honda tiger revolution cruiser 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keunikan desain new honda tiger revolution cruiser 	Ordinal	8
<ul style="list-style-type: none"> • Keserasian desain new honda tiger revolution cruiser 			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keserasian desain new honda tiger revolution cruiser 	Ordinal	9	
<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik body new 			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik 	Ordinal	10	

Variabel	Sub variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item soal
			honda tiger revolution cruiser yang memiliki warna dan motif yang sporty	body new honda tiger revolution cruiser yang memiliki warna dan motif yang sporty		
			<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik new honda tiger revolution cruiser yang memiliki pilihan warna dan motif yang bervariasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik new honda tiger revolution cruiser yang memiliki pilihan warna dan motif yang bervariasi 	Ordinal	11
			<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik bentuk yang aerodinamis sehingga mudah mengendarai 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketepatan bentuk yang aerodinamis sehingga mudah mengendarai 	Ordinal	12
	Daya tahan	ukuran usia yang diharapkan atas beroperasinya produk dalam kondisi normal dan atau berat, merupakan atribut yang berharga untuk produk-produk tertentu	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tahan mesin new honda tiger revolution cruiser dengan mesin <i>4 Stroke OHC 2 Valve</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Daya tahan mesin new honda tiger revolution cruiser dengan mesin <i>4 Stroke OHC 2 Valve</i> 	Ordinal	13
			<ul style="list-style-type: none"> • Daya tahan body new honda tiger revolution cruiser 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tahan body new honda tiger revolution cruiser 	Ordinal	14
	Keandalan	ukuran profitabilitas bahwa produk tertentu tidak akan rusak atau gagal dalam periode waktu tertentu	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik new honda tiger revolution cruiser yang memberikan kenyamanan dalam berkendara 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Daya tarik new honda tiger revolution cruiser yang memberikan kenyamanan dalam berkendara 	Ordinal	15
			<ul style="list-style-type: none"> • keandalan mesin <i>4 Stroke OHC 2 Valve</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keandalan mesin <i>4 Stroke OHC 2 Valve</i> 	Ordinal	16
	Mudah diperbaiki	kemudahan untuk memperbaiki produk ketika produk itu rusak atau gagal	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan untuk memperbaiki new honda tiger revolution cruiser 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kemudahan untuk memperbaiki new honda tiger revolution cruiser 	Ordinal	17
			<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan untuk perawatan new honda tiger revolution cruiser 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan untuk perawatan new honda tiger revolution cruiser 	Ordinal	18

Variabel	Sub variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item soal
	Gaya	Menggambarkan penampilan dan perasaan yang ditimbulkan oleh produk bagi pembeli.	<ul style="list-style-type: none"> • kemampuan new honda tiger revolution cruiser dalam menciptakan kepercayaan diri dalam berkendara • kemampuan new honda tiger revolution cruiser dalam memberikan prestise yang disebabkan image nya sebagai motor lelaki 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan new honda tiger revolution cruiser dalam menciptakan kepercayaan diri dalam berkendara • Tingkat kemampuan new honda tiger revolution cruiser dalam memberikan prestise yang disebabkan image nya sebagai motor lelaki 	Ordinal	19
					Ordinal	20
Keputusan pembelian (Y)		Perilaku pembelian konsumen adalah perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga, yang membeli barang-barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. (Kotler dan Amstrong, 2006:129).	Pemilihan Produk <ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan produk sesuai dengan bentuk • Pemilihan produk sesuai dengan fitur • Pemilihan produk sesuai dengan mutu kesesuaian • Pemilihan produk sesuai dengan keandalan • Pemilihan produk sesuai dengan kemudahan untuk diperbaiki • Pemilihan produk sesuai dengan gaya Pemilihan merek <ul style="list-style-type: none"> • Pembelian berdasarkan kepercayaan • Pembelian berdasarkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Pemilihan produk sesuai dengan bentuk • Tingkat Pemilihan produk sesuai dengan fitur • Tingkat Pemilihan produk sesuai dengan mutu kesesuaian • Tingkat Pemilihan produk sesuai dengan keandalan • Tingkat Pemilihan produk sesuai dengan kemudahan untuk diperbaiki • Tingkat Pemilihan produk sesuai dengan gaya • Tingkat pembelian produk berdasarkan kepercayaan terhadap merek • Tingkat pembelian produk berdasarkan 	Ordinal	21
					Ordinal	22
					Ordinal	23
					Ordinal	24
					Ordinal	25
					Ordinal	26
					Ordinal	27
					Ordinal	28

Variabel	Sub variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item soal
			popularitas merek	popularitas merek		
			Pemilihan berdasarkan waktu			
			• Pembelian berdasarkan kebutuhan	• Tingkat Pembelian berdasarkan kebutuhan	Ordinal	29
			• Pembelian berdasarkan desain yang up to date	• Tingkat Pembelian berdasarkan desain yang up to date	Ordinal	30

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Sumber data tersebut dapat diperoleh baik secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data di mana data yang diinginkan dapat diperoleh secara langsung dari objek yang berhubungan dengan penelitian. Di dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah seluruh data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarikan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu anggota paguyuban Tiger Rider Club Cimahi.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian dimana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Dalam penelitian ini yang

menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Pertumbuhan Market Size di Indonesia	sekunder	Majalah SWA 02/XXIV/24 Januari-5 Februari 2008
2	<i>Market size motor sport</i>	sekunder	www.aisi.com
3	Data penjualan motor <i>sport</i>	sekunder	www.honda-megapro.or.id
4	Fitur Honda <i>new tiger</i>	sekunder	www.astra-honda.com
5	Tanggapan responden mengenai desain produk	Primer	Konsumen
6	Tanggapan responden terhadap keputusan pembelian sepeda motor new honda tiger revolution cruiser	Primer	Konsumen

3.2.4 Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:130) “populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”.

Menurut Sugiyono, populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan” (Sugiyono, 2006:72). Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara 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.

Menurut Suharsimi Arikunto (2007:130) “Populasi adalah keseluruhan objek penelitian”. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus. Penelitian ini mengambil sampel dari seluruh populasi atau dinamakan sampling jenuh. Sampling jenuh menurut Sugiyono, (2008:122-123).

Sampling jenuh adalah teknik pengumpulan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil yaitu kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lainnya adalah sampel jenuh atau sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

Menurut Naresh K. Malhotra (2004:364) “Sensus adalah keseluruhan elemen populasi atau objek studi.

Metode yang digunakan dimana semua populasi dijadikan sampel disebut sensus atau teknik sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2008:62), “Metode sampling jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel”. Atas dasar hal tersebut maka jumlah populasi pengguna sepeda motor Honda New Tiger Revolution Cruiser dalam penelitian ini adalah sebanyak 63 orang dari 123 orang anggota Paguyuban Tiger Rider Club Cimahi. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 3.3.

TABEL 3.3
ANGGOTA PAGUYUBAN TIGER RIDER CLUB CIMAH
BERDASARKAN JENIS SEPEDA MOTOR TIGER YANG DIGUNAKAN

No	Jenis Motor Tiger	Jumlah
1	Tiger 2000	13
2	New Tiger	47
3	New Tiger Revolution Cruiser	63
Total		123

Sumber: Hasil pengolahan Data pra-penelitian 2009

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian dengan data yang terkumpul untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data adalah:

1. Studi kepustakaan, yaitu usaha untuk menggunakan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan ada kaitannya dengan masalah dan variabel-variabel yang diteliti. Dengan cara mengumpulkan dan mempelajari literatur-literatur atau buku-buku, brosur dan catatan kuliah yang berhubungan dengan obyek yang diteliti, sebagai perbandingan antara teori dan praktek yang dijalankan perusahaan. Data-data tersebut selanjutnya diolah secara sederhana dan diklasifikasikan dalam gambar dan tabel.
2. Angket, yaitu teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadikan anggota sampel.
3. Riset lapangan yaitu dengan melakukan pengamatan langsung ke obyek yang dijadikan sasaran. Peneliti berfungsi sebagai pengumpul data, sedangkan pihak-pihak yang dihubungi dalam perusahaan sebagai pemberi data atau sumber data bagi peneliti. Seterusnya peneliti disusun dan diolah secara sederhana dalam bentuk tabel dan gambar, kemudian baru diadakan analisis secara kuantitatif.
4. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang

harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar-tidaknya data tergantung dari instrumen pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu *validitas* dan *reliabilitas*. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 15.0. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 15.0 *for window* sebagai berikut:

1. Memasukkan data variable X dan variable Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
2. Klik variable view, lalu isi kolom *name* dengan variable penelitian (X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variable penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
3. Kembali ke data view, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analize*
4. Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
5. Dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk

mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2006:172). Menurut William G. Zikmund (2003:331), validitas adalah: “*The ability of a scale to measure what was intended to be measured.*” (Artinya: Kemampuan suatu skala untuk mengukur sesuatu yang diniatkan untuk diukur.). Pendapat serupa disampaikan oleh David A Aaker (2004:762), “*Validity is the ability of a measurement instrument to measure what it is supposed to measure.*” (Artinya: Validitas adalah kemampuan suatu instrumen pengukur untuk mengukur apa yang seharusnya diukur).

Instrumen yang sah memiliki validitas yang tinggi. Untuk memperoleh instrumen yang valid harus diperhatikan langkah-langkah dalam menyusun instrumen, yaitu memecah variabel menjadi sub variabel dan indikator, setelah itu memasukkannya ke dalam butir-butir pertanyaan. Apabila langkah tersebut dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas yang logis. Dikatakan logis karena validitas ini diperoleh dengan suatu usaha hati-hati melalui cara-cara yang benar sehingga menurut logika akan dicapai suatu tingkat validitas yang dikehendaki.

Peneliti juga perlu menguji validitas instrumen yang sudah disusun melalui pengalaman. Dengan mengujinya melalui pengalaman maka akan diketahui tingkat validitas empiris atau validitas berdasarkan pengalaman. Untuk menguji validitas dapat menggunakan *product moment* atau *pearson (Pearson’s Product Moment Coefficient of Correlation)*, yaitu:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat, dua variabel yang dikorelasikan
 X = skor untuk pernyataan yang dipilih
 Y = skor total
 n = jumlah responden

Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel

3.4 di berikut ini:

TABEL 3.4
INTERPRETASI NILAI r

Besarnya Nilai r	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak Rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat Rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2006:245)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan

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 sebagai berikut :

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

(Sugiyono, 2006:250)

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.

2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka soal tersebut valid.
3. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka soal tersebut tidak valid.

Pada penelitian ini yang diuji adalah validitas dari instrumen desain produk yang terdiri dari bentuk, fitur, mutu kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, dan gaya serta validitas keputusan pembelian yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, dan waktu pembelian.

Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN

No. item	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
III.1	Keunikan bentuk	0,789	0,374	Valid
III.2	Daya tarik kesesuaian ukuran body	0,383	0,374	Valid
III.3	Daya tarik advanced visor	0,753	0,374	Valid
III.4	Daya tarik <i>headlight</i> asimetris	0,752	0,374	Valid
III.5	Daya tarik new honda tiger revolution cruiser dengan taillight design	0,659	0,374	Valid
III.6	Daya tarik new honda tiger revolution cruiser dengan <i>muscular shroud</i> yang futuristik	0,586	0,374	Valid
III.7	Daya tarik <i>sprocket chain steeper</i>	0,749	0,374	Valid
III.8	Keunikan desain	0,749	0,374	Valid
III.9	Keserasian desain	0,399	0,374	Valid
III.10	Daya tarik body new honda tiger revolution cruiser yang memiliki warna dan motif yang sporty	0,602	0,374	Valid
III.11	daya tarik new honda tiger revolution cruiser yang memiliki pilihan warna dan motif yang bervariasi	0,594	0,374	Valid
III.12	Daya tarik bentuk yang aerodinamis	0,686	0,374	Valid
III.13	Daya tahan mesin	0,419	0,374	Valid
III.14	Daya tahan body	0,719	0,374	Valid
III.15	Daya tarik new honda tiger revolution cruiser yang memberikan kenyamanan	0,747	0,374	Valid
III.16	Keandalan mesin 4 <i>stroke</i> OHC 2 <i>Value</i>	0,591	0,374	Valid
III.17	Kemudahan untuk memperbaiki	0,609	0,374	Valid
III.18	Kemudahan untuk perawatan	0,381	0,374	Valid
III.19	new honda tiger revolution cruiser dapat	0,625	0,374	Valid

No. item	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
	menciptakan kepercayaan diri dalam berkendara			
III.20	new honda tiger revolution cruiser memberikan prestise	0,767	0,374	Valid
III.21	Pemilihan produk karena bentuknya yang menarik	0,669	0,374	Valid
III.22	Pemilihan produk karena fitur	0,608	0,374	Valid
III.23	Pemilihan produk karena kesesuaian mutu	0,545	0,374	Valid
III.24	Pemilihan produk karena keandalan mesin dan kenyamanan	0,496	0,374	Valid
III.25	Pemilihan produk karena kemudahan untuk memperbaiki	0,560	0,374	Valid
III.26	Pemilihan produk karena gayanya yang futuristik	0,524	0,374	Valid
III.27	Pemilihan merek berdasarkan kepercayaan	0,785	0,374	Valid
III.28	Pemilihan merek berdasarkan popularitas merek	0,785	0,374	Valid
III.29	Pemilihan berdasarkan kebutuhan untuk masa sekarang	0,520	0,374	Valid
III.30	Pemilihan berdasarkan desain sepeda motor yang up to date	0,561	0,374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2006:172), “instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Asep Hermawan (2006:126) mendefinisikan: “Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur.” Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan *internal consistency* dengan Teknik Belah Dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown, yaitu:

$$r_i = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

(Sugiyono, 2006:190)

Keterangan:

r_i = Reliabilitas seluruh instrumen

r_b = Korelasi *Product Moment* antara belahan pertama dan kedua

Pengujian reliabilitas tersebut menurut Sugiyono (2006:190) dilaksanakan

dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan instrumen genap.
2. Skor data dari tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

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

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal tersebut disebabkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang bernilai 0,374, seperti yang disajikan pada Tabel 3.6 berikut ini.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1.	Desain produk	0,919	0,374	Reliabel
2.	Keputusan pembelian	0,811	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

3.2.7 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal untuk variabel X dan Y.

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan tanggapan pengguna terhadap desain produk sepeda motor new Honda tiger revolution cruiser yang dikembangkan oleh perusahaan, dan gambaran keputusan pembelian pada anggota paguyuban tiger rider club cimahi. Sedangkan tehnik analisis data secara kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh strategi desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor new Honda tiger revolution cruiser.

Penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah seluruh data responden terkumpul. Kegiatan analisis data dilakukan melalui tiga tahap sebagai berikut :

1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Memberi skor pada tiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item

c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Dalam penelitian ini, setiap pendapat pengguna atas pernyataan diberi nilai dengan skala *likert*. Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas adalah sebagai berikut.

TABEL 3.7
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN PENGGUNA

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% -99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali (1985:184)

3. Pengujian

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*), dalam hal ini analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya variabel X terhadap Y baik secara langsung maupun tidak langsung. Karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel, yaitu desain produk (X) dan keputusan pembelian (Y). Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

a. *Method Of Successive Interval (MSI)*

Pada analisis jalur, memiliki syarat sekurang-kurangnya data berskala interval. Untuk itu, karena 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* (Harun Al Rasyid, 1994:131).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut yaitu:

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 (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 :

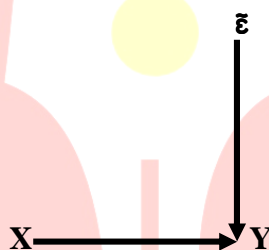
$$Scale Value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel eksogen dengan variabel endogen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Peneliti menggunakan bantuan program *software* SUCC'97 pada *Microsoft Office Exel* untuk proses pengolahan data MSI tersebut.

b. Analisis Verifikatif Menggunakan Path Analysis

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui

hubungan korelatif dalam penelitian ini yaitu teknik analisis jalur (path analysis). Analisis ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel eksogen (X) yaitu desain produk yang meliputi dimensi bentuk ($X_{1.1}$), fitur ($X_{1.2}$), mutu kesesuaian ($X_{1.3}$), daya tahan ($X_{1.4}$), keandalan ($X_{1.5}$), mudah diperbaiki ($X_{1.6}$), gaya ($X_{1.7}$) terhadap variabel endogen (Y) yaitu keputusan pembelian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggambar struktur hipotesis di berikut ini.

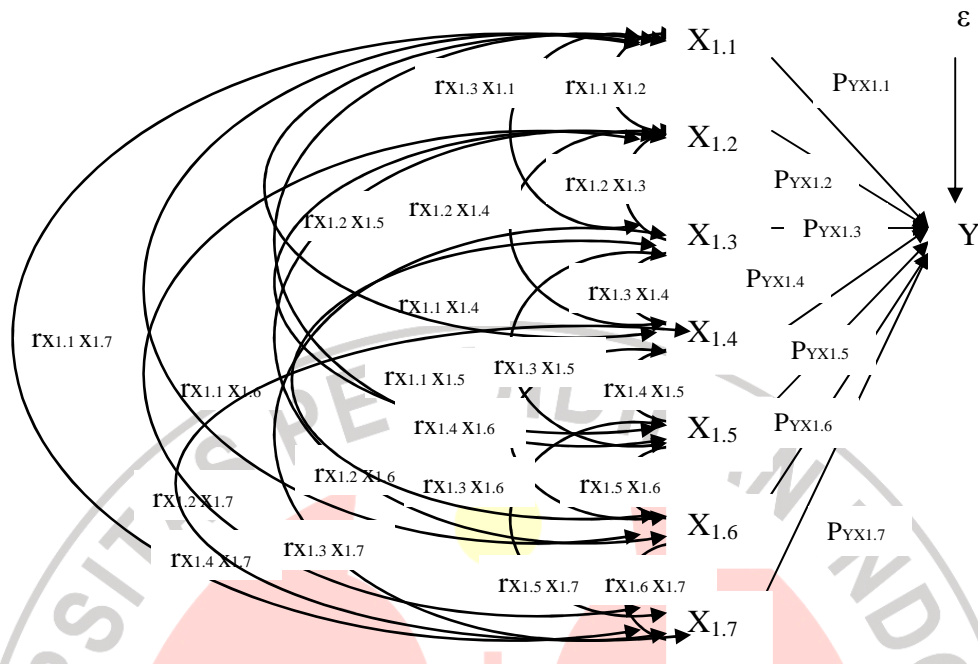


GAMBAR 3.1
STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL HIPOTESIS

Keterangan :

- X = Desain produk
- Y = Keputusan pembelian
- ϵ = Epsilon (variabel lain)
- = hubungan kausalitas

- a. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut.



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

Keterangan :

- X1.1 = Dimensi Bentuk
- X1.2 = Dimensi Fitur
- X1.3 = Dimensi Mutu kesesuaian
- X1.4 = Dimensi Daya Tahan
- X1.5 = Dimensi Keandalan
- X1.6 = Dimensi Mudah diperbaiki
- X1.7 = Dimensi Gaya
- Y = Keputusan pembelian
- ϵ = Epsilon (Variabel lain)

b. menghitung matriks korelasi antar variabel eksogen

	X1	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇
R1 1 =	1						
	1	$r_{X1_2 X1}$	$r_{X1_3 X1}$	$r_{X1_4 X1}$	$r_{X1_5 X1}$	$r_{X1_6 X1}$	$r_{X1_7 X1}$
		1	$r_{X1_3 X1_2}$	$r_{X1_4 X1_2}$	$r_{X1_5 X1_2}$	$r_{X1_6 X1_2}$	$r_{X1_7 X1_2}$
			2	$r_{X1_4 X1_3}$	$r_{X1_5 X1_3}$	$r_{X1_6 X1_3}$	$r_{X1_7 X1_3}$
				3	$r_{X1_5 X1_4}$	$r_{X1_6 X1_4}$	$r_{X1_7 X1_4}$
					4	$r_{X1_6 X1_5}$	$r_{X1_7 X1_5}$
						5	$r_{X1_7 X1_6}$

- Pengaruh tidak langsung melalui (X_{17}) = $\frac{P_{YX_{1.1}} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.7}} \cdot P_{YX_{1.7}}}{\dots\dots\dots}$ +
 Pengaruh total (X_{1_1}) terhadap Y = $\dots\dots\dots$
- b. Pengaruh (X_{1_2}) terhadap Y
 Pengaruh langsung = $P_{YX_{1.2}} \cdot P_{YX_{1.2}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_1}) = $P_{YX_{1.2}} \cdot r_{X_{1.2}X_{1.1}} \cdot P_{YX_{1.1}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_3}) = $P_{YX_{1.2}} \cdot r_{X_{1.2}X_{1.3}} \cdot P_{YX_{1.3}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_4}) = $P_{YX_{1.2}} \cdot r_{X_{1.2}X_{1.4}} \cdot P_{YX_{1.4}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_5}) = $P_{YX_{1.2}} \cdot r_{X_{1.2}X_{1.5}} \cdot P_{YX_{1.5}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_6}) = $P_{YX_2} \cdot r_{X_2X_6} \cdot P_{YX_{1.6}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_7}) = $\frac{P_{YX_{1.2}} \cdot r_{X_{1.2}X_{1.7}} \cdot P_{YX_{1.7}}}{\dots\dots\dots}$ +
 Pengaruh total (X_2) terhadap Y = $\dots\dots\dots$ +
- c. Pengaruh (X_{1_3}) terhadap Y
 Pengaruh langsung = $P_{YX_{1.3}} \cdot P_{YX_{1.3}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_1}) = $P_{YX_{1.3}} \cdot r_{X_{1.3}X_{1.1}} \cdot P_{YX_{1.1}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_2}) = $P_{YX_{1.3}} \cdot r_{X_{1.3}X_{1.2}} \cdot P_{YX_{1.2}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_4}) = $P_{YX_{1.3}} \cdot r_{X_{1.3}X_{1.4}} \cdot P_{YX_{1.4}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_5}) = $P_{YX_{1.3}} \cdot r_{X_{1.3}X_{1.5}} \cdot P_{YX_{1.5}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_6}) = $P_{YX_{1.3}} \cdot r_{X_{1.3}X_{1.6}} \cdot P_{YX_{1.6}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_7}) = $\frac{P_{YX_{1.3}} \cdot r_{X_{1.3}X_{1.7}} \cdot P_{YX_{1.7}}}{\dots\dots\dots}$ +
 Pengaruh total (X_{1_3}) terhadap Y = $\dots\dots\dots$ +
- d. Pengaruh (X_{1_4}) terhadap Y
 Pengaruh langsung = $P_{YX_{1.4}} \cdot P_{YX_{1.4}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_1}) = $P_{YX_{1.4}} \cdot r_{X_{1.4}X_{1.1}} \cdot P_{YX_{1.1}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_2}) = $P_{YX_{1.4}} \cdot r_{X_{1.4}X_{1.2}} \cdot P_{YX_{1.2}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_3}) = $P_{YX_{1.4}} \cdot r_{X_{1.4}X_{1.3}} \cdot P_{YX_{1.3}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_5) = $P_{YX_{1.4}} \cdot r_{X_{1.4}X_{1.5}} \cdot P_{YX_{1.5}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_6) = $P_{YX_{1.4}} \cdot r_{X_{1.4}X_{1.6}} \cdot P_{X_{1.6}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_7}) = $\frac{P_{YX_{1.4}} \cdot r_{X_{1.4}X_{1.7}} \cdot P_{YX_{1.7}}}{\dots\dots\dots}$ +
 Pengaruh total (X_4) terhadap Y = $\dots\dots\dots$ +
- e. Pengaruh (X_5) terhadap Y
 Pengaruh langsung = $P_{YX_{1.5}} \cdot P_{X_{1.5}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_1}) = $P_{YX_{1.5}} \cdot r_{X_{1.5}X_{1.1}} \cdot P_{YX_{1.1}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_2}) = $P_{YX_{1.5}} \cdot r_{X_{1.5}X_{1.2}} \cdot P_{YX_{1.2}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_3}) = $P_{YX_{1.5}} \cdot r_{X_{1.5}X_{1.3}} \cdot P_{YX_{1.3}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_4}) = $P_{YX_{1.5}} \cdot r_{X_{1.5}X_{1.4}} \cdot P_{YX_{1.4}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_6}) = $P_{YX_{1.5}} \cdot r_{X_{1.5}X_{1.6}} \cdot P_{YX_{1.6}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_7}) = $\frac{P_{YX_{1.5}} \cdot r_{X_{1.5}X_{1.7}} \cdot P_{YX_{1.7}}}{\dots\dots\dots}$ +
 Pengaruh total (X_5) terhadap Y = $\dots\dots\dots$
- f. Pengaruh (X_{1_6}) terhadap Y
 Pengaruh langsung = $P_{YX_{1.6}} \cdot P_{YX_{1.6}}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1_1}) = $P_{YX_{1.6}} \cdot r_{X_{1.6}X_{1.1}} \cdot P_{YX_{1.1}}$

$$\begin{aligned}
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1}_2\text{)} &= P_{YX1.6} \cdot r_{X1.6X1.2} \cdot P_{YX1.2} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1}_3\text{)} &= P_{X1.6} \cdot r_{X1.6X1.3} \cdot P_{YX1.3} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1}_4\text{)} &= P_{YX1.6} \cdot r_{X1.6X1.4} \cdot P_{YX1.4} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1}_5\text{)} &= P_{YX1.6} \cdot r_{X1.6X1.5} \cdot P_{YX1.5} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1}_7\text{)} &= \underline{P_{YX1.6} \cdot r_{X1.6X1.7} \cdot P_{YX1.7}} + \\
\text{Pengaruh total (X}_6\text{) terhadap Y} &= \dots\dots\dots
\end{aligned}$$

g. Pengaruh (X₇) terhadap Y

$$\begin{aligned}
\text{Pengaruh langsung} &= P_{YX1.7} \cdot P_{YX1.7} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1}_1\text{)} &= P_{YX1.7} \cdot r_{X1.7X1.1} \cdot P_{YX1.1} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1}_2\text{)} &= P_{YX1.7} \cdot r_{X1.6X1.2} \cdot P_{YX1.2} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1}_3\text{)} &= P_{X1.6} \cdot r_{X1.6X1.3} \cdot P_{YX1.3} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1}_4\text{)} &= P_{YX1.6} \cdot r_{X1.6X1.4} \cdot P_{YX1.4} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1}_5\text{)} &= P_{YX1.6} \cdot r_{X1.6X1.5} \cdot P_{YX1.5} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1}_6\text{)} &= \underline{P_{YX1.6} \cdot r_{X1.6X1.6} \cdot P_{YX1.6}} + \\
\text{Pengaruh total (X}_7\text{) terhadap Y} &= \dots\dots\dots
\end{aligned}$$

h. Menghitung pengaruh variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\epsilon 1} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X1.1, X1.2, X1.3, X1.4, X1.5, X1.6, X1.7)}}$$

Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0: P_{YX1.1} = P_{YX1.2} = P_{YX1.3} = P_{YX1.4} = P_{YX1.5} = P_{YX1.6} = P_{YX1.7} = 0$$

H_1 : sekurang-kurangnya ada sebuah $P_{YX_i} \neq 0$, $i = 1, 2, 3, 4, 5, 6$, dan 7

i. Pengujian Secara Individual dengan uji t

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{(0,05)(n-k-1)}$

H_0 diterima Jika $< t_{(0,05)(n-k-1)}$

Dimana:

$$t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1.1, X1.2, X1.3)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan $n-k-1$.

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2002:188) adalah :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Dalam rangka penilaian pengguna atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

- a) $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara desain produk terhadap keputusan pembelian
- b) $H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat terdapat pengaruh yang positif antara desain produk terhadap keputusan pembelian