

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pelaksanaan *Bundling*. Pendekatan lainnya yang digunakan yaitu perilaku konsumen, dalam hal ini adalah keputusan pembelian pewangi dan pelembut pakaian *Softener So Klin*.

Variabel bebas yang akan diteliti adalah *Bundling* (X). Sedangkan variabel terikat yang akan diteliti adalah keputusan pembelian (Y). Berdasarkan *Bundling* (X), dan keputusan pembelian (Y) dapat dianalisis sebagai berikut: Pertama, tanggapan konsumen di pasar terhadap *Bundling* produk pewangi dan pelembut pakaian *Softener So Klin*. Kedua, tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian pewangi dan pelembut pakaian *Softener So Klin*. Ketiga, seberapa kuat pelaksanaan *Bundling* produk pewangi dan pelembut pakaian *Softener So Klin* mempengaruhi keputusan pembelian.

Objek penelitian yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pewangi dan pelembut pakaian merek *Softener So Klin* di Borma Setiabudhi dan Borma Dago.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara untuk memperoleh pemecahan terhadap berbagai masalah penelitian. Metode diperlukan agar tujuan penelitian dapat tercapai sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Untuk memperoleh hasil yang baik harus digunakan metode penelitian yang tepat.

Definisi metode penelitian menurut (Sugiyono, 2005:1), yaitu:

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis.

3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan tingkat kejelasan dan kedalaman, penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Sugiyono (2005:11), “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.” Penelitian *deskriptif* disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang permasalahan yang diteliti. Sedangkan jenis penelitian *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

Berdasarkan jenis penelitian *deskriptif*, metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif survey* dan metode *explanatory survey* untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Metode tersebut dipergunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis.

Menurut Ker Linger yang dikutip oleh Sugiyono (2006:5)

Metoda survei yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari *sample* yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu tertentu, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Cross Sectional Method*. *Cross sectional method* adalah kegiatan riset yang dilakukan pada suatu saat tertentu. Jadi fakta yang dapat digambarkan merupakan kegiatan pada saat tertentu. Selanjutnya berdasarkan fakta tersebut dilakukan penyimpulan mengenai masalah-masalah penelitian yang ingin dibuktikan atau dicari hubungannya (Freddy Rangkuti 2003:20).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

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

1. Variabel *Bundling* (X) yang terdiri dari ketepatan, harga, kemenarikan, cara penggabungan produk, disebut variabel bebas karena variabel-variabel tersebut menerangkan variabel lainnya, yaitu variabel keputusan pembelian (Y).
2. Variabel keputusan pembelian disebut sebagai variabel terikat (Y) yang terdiri dari pilihan merek, pilihan produk, pemilihan saluran pembelian, waktu pembelian dan jumlah pembelian. Disebut variabel terikat karena keputusan pembelian dipengaruhi oleh *bundling* (X) ketepatan, harga, kemenarikan, cara

penggabungan produk. Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
Bundling (X)	Cara mengikat dua produk yang ada dalam satu lini dengan harga tertentu yang umumnya lebih murah dibandingkan harga sebelumnya (Frans M. Royan: 2004:58)	Ketepatan	Tingkat penilaian responden terhadap ketepatan <i>bundling</i> sebagai media promosi	Ordinal	1
			Tingkat penilaian responden terhadap ketepatan waktu pelaksanaan <i>bundling</i>	Ordinal	2
			Tingkat penilaian responden terhadap jangka waktu <i>bundling</i>	Ordinal	3
		Harga	Tingkat penilaian responden terhadap kesesuaian harga dengan produk	Ordinal	4
			Tingkat penilaian responden terhadap kesesuaian harga dengan kualitas produk	Ordinal	5
			Tingkat penilaian responden terhadap harga <i>Softener So Klin</i>	Ordinal	6

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
			dibandingkan dengan produk pesaing		
		Kemenarikan	Tingkat penilaian responden terhadap keberagaman jenis produk	Ordinal	7
			Tingkat penilaian responden terhadap manfaat produk yang <i>dibundling</i>	Ordinal	8
		Cara penggabungan produk	Tingkat penilaian responden terhadap penggabungan jumlah produk utama dan pendukung	Ordinal	9
			Tingkat penilaian responden terhadap kesesuaian kebutuhan dengan produk yang <i>dibundling</i>	Ordinal	10
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga, yang	Pembelian berdasarkan pemilihan produk	Tingkat pembelian karena varian produk	Ordinal	11
			Tingkat pembelian karena mutu produk	Ordinal	12

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
	membeli barang-barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. (Kotler dan Amstrong, 2006:129).		Tingkat pembelian karena harga	Ordinal	13
		Pembelian berdasarkan pemilihan merek	Tingkat pembelian karena kepercayaan terhadap merek	Ordinal	14
			Tingkat pembelian karena popularitas merek	Ordinal	15
		Pembelian berdasarkan keputusan saluran pembelian	Tingkat pembelian karena keterjangkauan dengan Toko	Ordinal	16
			Tingkat pembelian karena kelengkapan dalam toko	Ordinal	17
		Pembelian berdasarkan waktu pembelian	Tingkat pembelian secara rutin	Ordinal	18
			Tingkat pembelian ketika membutuhkan	Ordinal	19
		Pembelian berdasarkan jumlah pembelian	Tingkat pembelian sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	20

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
			Tingkat pembelian untuk cadangan produk	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. Menurut Husein Umar (2003:64), "Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu." dengan kata lain data primer diperoleh secara langsung.

Data sekunder menurut Husein Umar (2003:84), "Data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain atau data yang sudah tersedia sebelumnya yang diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan jurnal ilmiah." Data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Untuk mengetahui jenis dan sumber data yang digunakan dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis data	Sumber data
1.	Pangsa pasar pewangi dan pelembut pakaian	Sekunder	Wings dan republik online
2.	Jenis produk kebutuhan rumah tangga	Sekunder	SWA 15/XXII/27 /Juli-9 Agustus 2006

No	Data	Jenis data	Sumber data
3.	Indeks kepuasan pelanggan pewangi dan pelembut pakaian 2005	Sekunder	swa sembada No. 19/ XXI/ 15 – 28 september 2005
4.	Indeks kepuasan pelanggan pewangi dan pelembut pakaian 2006	Sekunder	Swa Sembada No. 20/ XXII/ 21 September – 4 Oktober 2006
5.	Indeks kepuasan pelanggan pewangi dan pelembut pakaian 2007	Sekunder	Swa Sembada No. 19/ XXIII/ 3 – 12 September 2007
6.	Tanggapan konsumen terhadap ketepatan promosi <i>bundling softener so klin</i>	Primer	Konsumen
7.	Tanggapan konsumen terhadap harga <i>softener so klin</i>	Primer	Konsumen
8.	Tanggapan konsumen terhadap kemenarikan <i>bundling softener so klin</i>	Primer	Konsumen
9.	Tanggapan konsumen terhadap cara penggabungan produk	Primer	Konsumen
10.	Tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian	Primer	Konsumen

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1). Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto (2003:108) yang dimaksud dengan populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Pendapat lebih spesifik dikemukakan oleh Husein Umar (2003:136), “Populasi dapat diartikan sebagai kumpulan elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.” Sugiyono (2005:90)

menjelaskan bahwa: “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.”

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 pengertian tersebut di atas maka yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen pewangi dan pelembut pakaian merek *Softener So Klin* di Borma Setiabudhi dan Borma Dago, yaitu 1296 orang pada Borma Setiabudhi dan 887 orang pada Borma Dago. Tabel 3.3 berikut ini merupakan rincian jumlah populasinya.

TABEL 3.3
POPULASI PEMBELI *SOFTENER SO KLIN* DI BORMA SETIABUDHI DAN BORMA DAGO

Bulan	Pembelian <i>Softener So Klin</i>	
	Borma Setiabudhi	Borma Dago
Januari	496	349
Februari	421	291
Maret	379	247
Jumlah	1296	887
Total keseluruhan	2183	

Sumber: Bagian penjualan Borma Setiabudhi tanggal 15 April 2008 dan bagian penjualan Borma Dago tanggal 21 April 2008

2). Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2007:73) adalah : "Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi"

Berdasarkan populasi yang telah ditentukan di atas, maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar dalam artian sampel tersebut harus representatif atau mewakili dari populasi tersebut. Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang *representatif* atau mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Dalam penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga. Maka penelitian diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian lain yang diteliti

Dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini digunakan rumus sampel Slovin (Husein Umar, 2003;141) yaitu sebagai berikut :

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

Dimana :

n = sampel

N = populasi

e = taraf kesalahan

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian untuk Borma Setiabudhi, yaitu

Diketahui:

$$N = 2183; e = 10\% = 0,1$$

Maka:

$$\begin{aligned} n &= \frac{2183}{1+2183.(0,1)^2} \\ &= \frac{2183}{1+2183.(0,01)} \\ &= \frac{2183}{22,83} \\ &= 95,61 \\ &= 96 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dengan ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan $\alpha = 0,1$ dan derajat kepercayaan 10%, maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 96 orang. Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”. Agar sampel yang digunakan lebih representatif dalam penelitian ini, maka sampel yang digunakan adalah 100 orang responden.

Perhitungan proporsional sampelnya dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini :

TABEL 3.4
PERHITUNGAN PROPORSIONAL SAMPEL

Borma	Jumlah Populasi	Proporsional	Sampel
Setiabudhi	1296	$\frac{1296}{2183} \times 100$	60
Dago	887	$\frac{887}{2183} \times 100$	40
Jumlah	2183		100

Perhitungan proporsional sampel di atas memperoleh hasil sampel masing-masing untuk Borma Setiabudhi sebanyak 60 orang responden dan untuk Borma Dago sebanyak 40 orang responden.

3). Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan *sample* yang akan digunakan dalam penelitian, hal ini senada dengan pendapat Sugiyono (2004:73) bahwa teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel, karena populasi pada penelitian ini adalah populasi bergerak (*mobile population*), maka peneliti menggunakan teknik *Systematic random sampling*. Adapun langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

1. Tentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah pembeli *Softener So Klin* di Borma Setiabudhi dan Borma Dago Kota Bandung.
2. Tentukan tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah kassa.
3. Tentukan waktu yang digunakan untuk menentukan *sampling*. Waktu yang digunakan peneliti adalah sabtu dan minggu antara pukul 10.00 s.d 20.00

WIB, yang merupakan rentang waktu kepadatan pengunjung khususnya yang datang ke Borma Setiabudhi dan Borma Dago.

4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint*. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama, atau dasar kepadatan pengunjung.
5. Tentukan ukuran sampel, dalam penelitian ini sampelnya berukuran 100.
6. Untuk menentukan interval digunakan rumus $I = \frac{N}{n}$.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada cara apa yang perlu dilakukan dalam penelitian agar dapat memperoleh data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara kombinasi secara langsung atau tidak langsung. Penelitian ini memperoleh data dengan menggunakan instrumen penelitian antara lain:

1. Studi kepustakaan, yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data teoritis dari para ahli melalui sumber bacaan yang berhubungan dan menunjang terhadap variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini, antara lain mengenai *bundling* serta keputusan pembelian konsumen.
2. Studi lapangan, yang terdiri dari :
 - a. Observasi, yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang sedang diteliti yaitu pada konsumen pewangi dan pelembut pakaian merek *Softener So Klin* di Borma Setiabudhi dan Borma Dago.

- b. Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui komunikasi langsung dengan konsumen pewangi dan pelembut pakaian merek *Softener So Klin* di Borma Setiabudhi dan Borma Dago.
- c. Angket/kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2005:162). Angket berisi pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian. Angket ditujukan kepada konsumen pewangi dan pelembut pakaian merek *Softener So Klin* di Borma Setiabudhi dan Borma Dago.
- d. Penelusuran internet, untuk mencari jurnal-jurnal ilmiah dan artikel-artikel yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). (Harun Al Rasyid, 1994: 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 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:

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

- 6) Hitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban persamaan berikut :

$$Score = score\ Value + (Scale\ Value_{\min\imum}) = 1$$

- 7) Selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

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. Peneliti menggunakan bantuan program *software Succ'97* pada *Microsoft Office Excel* untuk proses pengolahan data MSI tersebut.

Data mempunyai kedudukan yang penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar-tidaknya data tergantung dari instrument pengumpulan data.

Sedangkan instrumen yang baik harus memiliki dua persyaratan yaitu *validitas* dan *realibilitas*.

1). Pengujian Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2003:144), “*Validitas* adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah.”.

Suatu instrumen yang sah memiliki validitas yang tinggi. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk memperoleh instrumen yang valid harus diperhatikan langkah-langkah dalam menyusun instrumen, yaitu memecah variabel menjadi 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. (Suharsimi Arikunto, 2002:145).

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:

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

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
 X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
 Y = Skor total
 $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
 $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
 n = Banyaknya responden

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolok ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; db = n-2 \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2002:157})$$

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2002) dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut :

TABEL 3.5
INTERPRETASI NILAI r

Besarnya Nilai r	<i>Interpretasi</i>
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 (2002: 245)

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf kesalahan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf kesalahan $\alpha = 0,05$.
2. Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut valid.
3. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut tidak valid.
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 kasus dengan tingkat kesalahan 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai t_{tabel} sebesar 0,374.

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. *Reliabel* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

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).

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

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

(Husein Umar, 2002:146)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_t^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir,

kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \quad (\text{Husein Umar, 2002:147})$$

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
- 2) Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

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

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

Dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

3). Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

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

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

NO	INDIKATOR	R hitung	R tabel	Ket
<i>Bundling</i>				
	Ketepatan			
1	<i>Bundling</i> sangat tepat sebagai media promosi	0,647	0,374	Valid
2	Waktu pelaksanaann promosi <i>bundling</i> sangat tepat	0,648	0,374	Valid
3	Jangka waktu pelaksanaan promosi <i>bundling</i> sangat lama	0,524	0,374	Valid
	Harga			
4	Harga dari <i>Softener So Klin</i> Murah	0,523	0,374	Valid
5	Harga <i>Softener so Klin</i> dilihat dari kualitasnya	0,681	0,374	Valid

NO	INDIKATOR	R hitung	R tabel	Ket
Bundling				
	sangat murah			
6	Harga <i>Softener So Klin</i> lebih murah dibandingkan dengan produk pesaing	0,541	0,374	Valid
Kemenarikan				
7	Produk yang <i>dibundling</i> sangat beragam	0,725	0,374	Valid
8	Manfaat produk yang <i>dibundling</i> sangat tinggi	0,394	0,374	Valid
Cara penggabungan produk				
9	Penggabungan produk utama dan produk pendukung seimbang	0,779	0,374	Valid
10	Produk yang digabung sesuai dengan kebutuhan konsumen	0,613	0,374	Valid
Keputusan Pembelian				
Pemilihan produk				
11	Berdasarkan Varian Produk	0,826	0,374	Valid
12	Berdasarkan Mutu produk	0,768	0,374	Valid
13	Berdasarkan Harga produk	0,398	0,374	Valid
Pemilihan Merek				
14	Membeli <i>Softener So Klin</i> karena kepercayaan terhadap merek	0,491	0,374	Valid
15	Membeli <i>Softener So Klin</i> karena popularitas merek <i>Softener So Klin</i>	0,594	0,374	Valid
Pemilihan distributor				
16	Membeli <i>Softener So Klin</i> karena keterjangkauan toko	0,585	0,374	Valid
17	Membeli <i>Softener So Klin</i> karena kelengkapan produk di Toko	0,410	0,374	Valid
Pemilihan waktu pembelian				
18	Membeli <i>Softener So Klin</i> dilakukan secara rutin	0,451	0,374	Valid
19	Membeli <i>Softener So Klin</i> pada saat membutuhkan	0,505	0,374	Valid
Jumlah Pembelian				
20	Jumlah pembelian <i>Softener So Klin</i> sesuai dengan kebutuhan	0,615	0,374	Valid
21	Banyaknya <i>Softener So Klin</i> yang dibeli untuk persediaan jangka waktu yang lama	0,840	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.5. maka dapat disimpulkan bahwa 9 dimensi yang terdiri dari 21 item dapat dikatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Adapun reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik, instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Hasil pengujian reliabilitas yang diperoleh, dapat terlihat pada Tabel 3.6 berikut ini :

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	<i>Bundling</i>	0,879	0,374	Reliabel
2	Keputusan pembelian	0,880	0,374	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data

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

3.2.7. Teknik Analisis data

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis (1) analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kuantitatif dan (2) analisis verifikatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah seluruh data terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu :

1. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden.

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul

2. Tabulasi data

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

a. Memberi skor pada tiap item

Adapun perhitungannya dapat digunakan rumus menurut Riduwan (2007:14) sebagai berikut:

$$\text{Skor pada Setiap Item} = \frac{\text{Jumlah n jawaban responden} \times \text{bobot n jawaban responden}}{\text{Jumlah n jawaban responden}}$$

Sebagai contoh untuk perhitungan skor pada setiap item akan dijelaskan pada bab 4

Dengan menggunakan kriteria Interpretasi skor sebagai berikut:

TABEL 3.8
KRITERIA INTERPRETASI SKOR

No	Kriteria	Keterangan
1	0% - 2%	Sangat Lemah/ Sangat Rendah
2	21% - 40%	Lemah/Rendah
3	41% - 60%	Cukup/Cukup
4	61% - 80%	Kuat/Tinggi
5	81% - 100%	Sangat Kuat/Sangat Tinggi

Sumber: Modifikasi Riduwan 2007:15

- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

3. Pengujian

Pengujian ini hanya menganalisis dua variabel saja maka digunakan teknik analisis regresi linear sederhana, sedangkan teknik tersebut membutuhkan data sekurang-kurangnya berskala interval.

1). Analisis Deskriptif

Dalam Penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, yaitu:

- 1). Analisis deskriptif tanggapan responden konsumen pewangi dan pelembut pakaian *Softener So Klin* di Borma Setiabudhi dan Borma Dago kota Bandung mengenai pelaksanaan program *bundling*.
- 2). Analisis deskriptif tanggapan responden konsumen pewangi dan pelembut pakaian *Softener So Klin* di Borma Setiabudhi dan Borma Dago kota Bandung mengenai tingkat keputusan pembelian.

Dalam mengolah hasil angket untuk mengkategorikan hasil perhitungan angket, maka digunakan kriteria penafsiran dengan teknik prosentase (0 - 100%). Penafsiran pengelolaan data berdasarkan batas-batas menurut Moch. Ali (1985:84) adalah sebagai berikut:

TABEL 3.9
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria	Keterangan
1	0%	Tidak seorangpun
2	1-25%	Sebagian kecil
3	26-49%	Hampir setengahnya
4	50%	Setengahnya

No	Kriteria	Keterangan
5	51-75%	Sebagian besar
6	76-99%	Hampir seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moh. Ali (1985 : 84)

2). Analisis Verifikatif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dan analisis korelasi karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel, yaitu mengenai pengaruh *bundling* sebagai variabel independen (X) terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y).

Dalam penelitian ini, setiap pernyataan dari angket terdiri dari 5 kategori sebagai berikut:

TABEL 3.10
SKOR SETIAP ITEM PERTANYAAN

Alternatif Jawaban	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
kurang setuju	3
tidak Setuju	2
sangat tidak setuju	1

Sumber: Modifikasi dari Sugiyono (2004:87)

(1). Analisis Korelasi

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

Sebagaimana diketahui sebelumnya bahwa penelitian ini menggunakan analisis data regresi linier sederhana atau melakukan prediksi (taksiran). Dalam melakukan prediksi, harus dapat menentukan dengan tegas mana yang sebab dan mana yang akibat. Dengan diketahuinya sebab dan akibat, maka hubungan yang dicari bersifat kausal (sebab akibat). Selanjutnya, untuk mengetahui variabel sebab (bebas) maka dapat dilakukan prediksi tentang variabel akibat (terikat). Berdasarkan penjelasan tersebut maka salah satu syarat untuk melakukan prediksi atas variabel terikat di waktu yang akan datang, maupun di dalam populasinya, dengan dasar beberapa skor variabel bebas dan variabel terikat (sebagai sampel) adalah adanya hubungan yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. (Irianto, 2006: 156). Jadi, analisis korelasi dan analisis regresi menurut para ahli statistik merupakan satu bagian yang tidak bisa dipisahkan. (Amir, 2006: 147)

Analisis korelasi bertujuan mencari derajat keeratan hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r) paling sedikit -1 dan paling besar 1 ($-1 < r < 1$) artinya jika:

$r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif).

$r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif).

$r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali dan tidak ada hubungan sama sekali.

Penentuan koefisien korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation*. 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 menyebabkan. Untuk dapat memberi interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi antara variabel X dan Y, maka dapat digunakan pedoman yang tertera pada Tabel 3.8.

TABEL 3.11
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN KORALASI

Besarnya Koefisien	Klasifikasi
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,70 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2005:214)

(2). Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regrasi digunakan bila peneliti bermaksud ingin mengetahui kondisi diwaktu yang akan datang dengan suatu dasar keadaan sekarang atau ingin melihat kondisi di waktu lalu dengan dasar keadaan sekarang, di mana sifat

ini merupakan prediksi atau taksiran (Irianto, 2006: 154). Arti kata prediksi bukanlah merupakan hal yang pasti, tetapi merupakan suatu keadaan yang mendekati kebenaran.

Peneliti menggunakan analisis regresi bila bermaksud ingin mengetahui bagaimana variabel dependen/kriteria dapat diprediksikan melalui variabel independen atau prediktor, secara individual. Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen, atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen/dan sebaliknya (Sugiyono, 2004: 204).

Analisis ini didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen, yaitu *bundling* sebagai independen (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y).

Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Selanjutnya berdasarkan data itu peneliti harus dapat menemukan persamaan regresi linier sederhana melalui perhitungan.

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Subjek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan.

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

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel idependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

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

- a. 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
- b. Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sugiyono (2004: 206) sebagai berikut:

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

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

atau $Y = a + bX$

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

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

$$(r^2) = \frac{b\{n\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)\}}{n\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2} \quad (\text{Sudjana, 2000: 370})$$

(3). Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas terhadap variasi (naik/turunnya) variabel terikat maka digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus berikut :

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

(Sugiyono, 2004: 210)

Keterangan :

KD = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

3.2.8. Rancangan Uji Hipotesis

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

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sudjana, 2000: 62})$$

Keterangan

t = distribusi student

r = koefisien korelasi

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis yang diajukan adalah:

Rumus 1 :

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

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Rumus 2 :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

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

Secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara pengaruh *bundling* terhadap keputusan pembelian produk pewangi dan pelembut pakaian *Softener So Klin* di Borma Setiabudhi dan Borma Dago Kota Bandung.

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara pengaruh *bundling* terhadap keputusan pembelian produk pewangi dan pelembut pakaian

Softener So Klin di Borma Setiabudhi dan Borma Dago Kota Bandung.

