

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai Pengaruh Gaya *Testimonial* pada Media Televisi sebagai variabel bebas (*independent variable*) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Sedaap sebagai variabel terikat (*dependen variable*). Gaya *Testimonial* pada Media Televisi yang meliputi kemenarikan selebriti, kredibilitas selebriti dan spontanitas. Keputusan Pembelian meliputi Pemilihan Produk, Pemilihan Merek, Pemilihan Saluran Pembelian, Waktu Pembelian dan Jumlah Pembelian.

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah konsumen Mie Sedaap di Minimarket Indomart dan Toserba Eka Jaya di Desa Bungbulang Kecamatan Bungbulang Kabupaten Garut. Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka akan diteliti mengenai Pengaruh Gaya *Testimonial* pada Media Televisi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pembeli Mie Sedaap di Minimarket Indomart dan Toserba Eka Jaya di Desa Bungbulang Kecamatan Bungbulang Kabupaten Garut.

3.2 Metode Penelitian

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 Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif. Pengertian penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif menurut Suharsimi Arikunto (2006:8).

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskriptif tentang ciri-ciri variabel. Sedangkan sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan.

Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran tentang kekuatan Gaya *Testimonial* pada Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Sedaap. Sedangkan penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh Gaya *Testimonial* pada Media Televisi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Sedaap di Minimarket Indomart dan Toserba Eka Jaya di Desa Bungbulang Kecamatan Bungbulang Kabupaten Garut. Sifat penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *eksplanatory survey* yaitu metode survei untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Menurut David Kline (dalam Sugiyono 2006:5),

Metode survei pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam. Walaupun metode survei ini tidak memerlukan kelompok kontrol seperti halnya pada metode eksperimen, namun generalisasi yang dilakukan bias lebih akurat bila digunakan sampel yang representatif.

Sedangkan 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

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini yaitu adalah *Gaya Testimonial* pada Media Televisi sebagai variabel bebas dan Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat. *Gaya Testimonial* pada Media Televisi yang meliputi kemenarikan selebriti, kredibilitas selebriti dan spontanitas. Keputusan Pembelian meliputi Pemilihan Produk, Pemilihan Merek, Pemilihan Saluran Pembelian, Waktu Pembelian dan Jumlah Pembelian. Secara rinci dapat terlihat berdasarkan operasionalisasi variabel Tabel 3.1 berikut ini.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
Gaya Testimonial (Variabel X)	Gaya pesan iklan yang menonjolkan sumber ahli yang sangat dipercaya, dan disukai yang mendukung terhadap suatu produk. Sumber ahli ini dapat berasal dari kelompok orang-orang terkenal, dapat juga berasal dari masyarakat biasa (Kotler dan Armstrong, 2006:434)..	Kemenarikan selebriti	▪ Tingkat kemenarikan fisik selebriti	Ordinal	1
			▪ Tingkat kemenarikan kepribadian selebriti	Ordinal	2
			▪ Tingkat kemenarikan gaya hidup selebriti	Ordinal	3
		Kredibilitas Selebriti	▪ Tingkat keahlian selebriti	Ordinal	4
			▪ Tingkat kelayakan / kepercayaan selebriti	Ordinal	5
		Spontanitas	▪ Tingkat spontanitas <i>testimonial</i> sumber pesan	Ordinal	6
Keputusan Pembelian (Variabel 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 Armstrong, 2006:129).	Pemilihan Produk	▪ Tingkat pembelian karena varian produk	Ordinal	7
			▪ Tingkat pembelian karena mutu produk	Ordinal	8
			▪ Tingkat pembelian karena harga	Ordinal	9
			▪ Tingkat pembelian karena rasa	Ordinal	10
		Pemilihan Merek	▪ Tingkat pembelian karena kepercayaan terhadap merek	Ordinal	11
			▪ Tingkat pembelian karena popularitas merek	Ordinal	12
		Saluran Pembelian	▪ Tingkat pembelian karena kedekatan dengan saluran pembelian	Ordinal	13
			▪ Tingkat pembelian karena kelengkapan saluran pembelian	Ordinal	14
		Waktu Pembelian	▪ Tingkat pembelian secara rutin	Ordinal	15
			▪ Tingkat pembelian ketika membutuhkan	Ordinal	16
Jumlah Pembelian	▪ Tingkat pembelian sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	17		

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
			▪ Tingkat pembelian untuk persediaan	Ordinal	18

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari penyebaran kuesioner kepada responden yang dianggap telah memiliki populasi.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia sebelumnya, diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan tulisan-tulisan ilmiah. Untuk lebih jelasnya terdapat pada Tabel 3.2.

**TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA**

DATA PENELITIAN	JENIS DATA	SUMBER DATA
Merek-merek <i>mie instant</i> yang beredar dipasaran	Sekunder	www.swa.co.id.28/03/2008
<i>Market share mie instant</i> tahun 2007	Sekunder	www.swa.co.id.28/06/2007
Merek-merek <i>mie instant</i> yang pernah dikonsumsi tahun 2005, 2006 & 2007	Sekunder	Marketing/Edisi Khusus/1/2008
Jumlah Konsumen Mie Sedaap	Sekunder	Pra penelitian di Indomart dan Toserba Eka Jaya
Tanggapan Konsumen Mie Sedaap terhadap pelaksanaan pesan iklan dengan <i>testimonial</i> Mie Sedaap melalui media TV	Primer	Konsumen Mie Sedaap di Indomart dan Toserba Eka Jaya
Tanggapan Konsumen Mie Sedaap terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap	Primer	Konsumen Mie Sedaap di Indomart dan Toserba Eka Jaya

Sumber : Berdasarkan Hasil Pengolahan Data

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1) Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:130) "Populasi adalah keseluruhan objek penelitian". Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus. Sedangkan pengertian populasi menurut Sugiyono (2005,90) yaitu "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan".

Populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Seorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*), yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Mie Sedaap di Minimarket Indomart dan Toserba Eka Jaya di desa Bungbulang kecamatan Bungbulang Kabupaten Garut yaitu, sebanyak 2430 orang. Ukuran populasi ini diperoleh berdasarkan hasil wawancara dengan supervisor Indomart dan pemilik Toserba Eka Jaya. Berikut ini akan diperlihatkan secara rinci ukuran populasi yang disajikan dalam bentuk Tabel 3.3.

TABEL 3.3
UKURAN JUMLAH POPULASI

No	Saluran Pembelian	Jumlah Rata-rata Konsumen per Bulan			
		Mei	Juni	Juli	Jml
1	Indomart	400	410	390	1200
2	Toserba Eka Jaya	420	410	400	1230

Sumber : Berdasarkan hasil wawancara dengan supervisor Agustus 2008.

2) Sampel

Suharsimi Arikunto (2006:131) mendefinisikan menyatakan bahwa "Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Ada beberapa faktor yang menyebabkan sampel ini digunakan diantaranya adalah keterbatasan tenaga, keterbatasan biaya, keterbatasan waktu yang tersedia. Atas dasar hal tersebut maka diupayakan setiap objek memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel yang dapat mewakili populasi (*representatif*).

Sugiyono (2005:91) mengemukakan bahwa "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi". Pengambilan sampel ini dilakukan karena jumlah populasi yang besar sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk meneliti seluruh populasi.

Berdasarkan pendapat para ahli di tersebut, kita tidak perlu meneliti seluruh populasi, tetapi mengambil sampel yakni sebagian dari populasi yang dianggap mewakili seluruh populasi. Dalam menentukan jumlah sampel digunakan pengambilan sampel dengan menggunakan *systematic random sampling* dari Harun Al Rasyid (1994:44), yaitu :

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

Sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

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

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

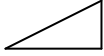
N = Populasi

n = Sampel

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

- Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- Nilai tertinggi skor responden : $(18 \times 5) = 90$
- Nilai terendah = 15
- Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah
 $= 90 - 15$
 $= 75$
- S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi standard deviator) dengan menggunakan *deming empirical rule*, maka diperoleh :
 $S = (0,21) (75) = 15,75$

Keterangan :

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

f. Dengan derajat kepercayaan

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

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

$$g. \text{ Jadi } n_0 = \left(\frac{1,96 \times 15,75}{5} \right)^2 = 38,11$$

h. Dengan sampel minimal adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{38,11}{1 + \frac{38,11}{2430}}$$

$$n = 37,73 \approx 38$$

Jadi ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah 38 responden.

Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) menyatakan bahwa untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik. Untuk keperluan penelitian ukuran sampel oleh penulis ditambah 32, sehingga sampel dalam penelitian berukuran 70 responden.

Setelah diperoleh jumlah sampel, selanjutnya dibuat sampel proporsional dari masing-masing saluran pembelian. Perhitungan sampel proporsional disajikan dalam Tabel 3.4.

TABEL 3.4
PENYEBARAN SAMPEL PROPORSIONAL

No	Saluran Pembelian	Jumlah	Sampel	Jumlah	≈ Jumlah
1.	Minimarket Indomart	1200	1200/2430X70	34,56	35
2.	Toserba Eka Jaya	1230	1230/2430X70	35,43	35
	Total	2430			70

3) Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai

teknik sampling, yang digunakan dalam penelitian ini salah satunya adalah teknik *systematic random sampling*.

Penelitian ini menggunakan *systematic random sampling* karena populasinya dianggap bergerak. Menurut Harun Al Rasyid (1994-66) cara sistematis memiliki kelebihan yaitu bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka sampling. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam cara ini adalah:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah konsumen Mie Sedaap di Minimarket Indomart dan Toserba Eka jaya berukuran 2430 orang.
2. Tentukan tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah kassa.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan *sampling*. Dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 12.00 – 18.00 (waktu rentang kepadatan pengunjung)
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 berdasarkan rumus dari Harun Al Rasyid maka sampelnya berukuran 70.
6. Untuk menentukan interval digunakan rumus $I = \frac{N}{n}$, yang disajikan dalam

Tabel 3.5 berikut ini.

TABEL 3.5
PENENTUAN INTERVAL

Minimarket Indomaret	Toserba Eka Jaya
$I = \frac{N}{n} =$ $= 1200/35$ $= 34,58 = 35$	$I = \frac{N}{n}$ $= 1230/35$ $= 35,14 = 35$

Pada hari yang ditentukan pada *checkpoint*, maka 35 orang konsumen Di Minimarket Indomaret (karena *random start* 35), 35 orang konsumen di di Toserba Eka Jaya, yang lewat ditanya dan diberi kuesioner untuk diisi.

Berdasarkan jumlah sampel, maka dalam satu hari harus diperoleh responden sebanyak $= \frac{70}{35} = 2$ responden.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

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

1. Studi literatur yaitu pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajari buku, atau jurnal, *home page/web site* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian yang terdiri dari gaya *testimonial* pada media TV, dan keputusan pembelian konsumen.
2. Kuesioner/angket yaitu teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran seperangkat kuesioner dan diserahkan kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian. Angket ditujukan pada konsumen Mie Sedaap di Minimarket Indomart dan Toserba Eka Jaya di desa Bungbulang Kecamatan Bungbulang Kabupaten Garut.

3. Wawancara, sebagai teknik komunikasi langsung dengan konsumen Mie Sedaap di Minimarket Indomart dan Toserba Eka Jaya di desa Bungbulang Kecamatan Bungbulang Kabupaten Garut.
4. Penelusuran internet, untuk mencari jurnal-jurnal ilmiah dan artikel-artikel yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*. Adapun untuk membantu pengujian validitas dan reliabilitas ini digunakan bantuan dengan menggunakan software statistik SPSS 15.0.

1) Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan atau keahlian suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah. (Suharsimi Arikunto2006:168).

Rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikunto, 2006:170)

Keterangan :

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

Cara menggunakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2006:276) dapat dilihat pada Tabel 3.6.

TABEL 3.6
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN KORELASI

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

Sumber : Sugiyono (2005:214)

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

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

Pengujian validitas konsumen Mie Sedaap dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

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

2) Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan 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:

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

(Husain Umar, 2002:147)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan 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.

Perhitungan validitas dan reliabilitas setiap item pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS 11,5 *for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 11.5 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 Analyze*
- (4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.

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

3) Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas ini menggunakan aplikasi *software SPSS 15 for windows*. Adapun variabel yang diuji yaitu *Gaya Testimonial* 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 3.7
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

NO	INDIKATOR	R hitung	R tabel	Ket
Variabel X (Gaya Testimonial)				
Kemenarikan Selebriti				
1	Kemenarikan penampilan fisik selebriti	0,521	0,374	Valid
2	Kemenarikan kepribadian selebriti	0,510	0,374	Valid
3	Kemenarikan gaya hidup selebriti	0,699	0,374	Valid
Kredibilitas Selebriti				
4	Keahlian selebriti sebagai pemberi <i>testimonial</i>	0,420	0,374	Valid
5	Kelayakan <i>testimonial</i> selebriti untuk dipercaya	0,677	0,374	Valid
Spontanitas				
6	Spontanitas selebriti dalam memberikan <i>testimonial</i>	0,408	0,374	Valid
Variabel Y (Keputusan Pembelian)				
Pemilihan produk				
7	Berdasarkan varian produk	0,576	0,374	Valid
8	Berdasarkan mutu produk	0,779	0,374	Valid
9	Berdasarkan harga produk	0,590	0,374	Valid
10	Berdasarkan rasa produk	0,742	0,374	Valid
Pemilihan Merek				
11	Berdasarkan kepercayaan merek	0,465	0,374	Valid
12	Berdasarkan popularitas merek	0,656	0,374	Valid
Pemilihan distributor				
13	Keterjangkauan lokasi distributor/toko	0,689	0,374	Valid
14	Kelengkapan dalam toko	0,771	0,374	Valid
Pemilihan waktu pembelian				
15	Rutinitas pesanan produk	0,538	0,374	Valid
16	Membeli produk ketika membutuhkan	0,449	0,374	Valid
Jumlah Pembelian				
17	Pembelian sejumlah produk berdasarkan kebutuhan dan keinginan	0,503	0,374	Valid

NO	INDIKATOR	R hitung	R tabel	Ket
	Variabel X (Gaya Testimonial)			
	Kemenarikan Selebriti			
18	Pembelian berdasarkan persediaan	0,420	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2008

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.5. maka dapat disimpulkan bahwa 8 dimensi yang terdiri dari 18 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 3.8
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Gaya <i>Testimonial</i> pada Media TV	0.782	0,374	Reliabel
2	Keputusan pembelian	0.888	0,374	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data 2008

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 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_1 , X_2 , X_3 dan Y .

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan gambaran responden terhadap Gaya Testimonial padamedia TV yang dibangun oleh perusahaan, gambaran keputusan pembelian konsumen Mie Sedaap.

Dalam 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

Adapun rumus perhitungannya sebagai berikut :

Skor per Item Pernyataan = Jumlah n Jawaban Responden x Bobot Jawaban Responden

(Riduwan, 2007:14)

Sebagai contoh akan dijelaskan di bab 4.

Adapun kriteria interpretasi skor sebagai berikut :

TABEL 3.9
KRITERIA INTERPRETASI SKOR

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0% - 20%	Sangat Rendah
2	21% - 40%	Rendah
3	41% - 60%	Cukup
4	61% - 80%	Tinggi
5	81% - 100%	Sangat Tinggi

(Modifikasi Riduwan, 2007:15)

b. Menjumlahkan skor pada setiap item

c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

3. Analisis data

Kegiatan ini merupakan pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik kemudian menginterpretasikan data untuk memperoleh suatu kesimpulan.

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis verifikatif untuk variabel yang bersifat kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

1) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

- (1) Analisis deskriptif tanggapan responden konsumen Mie Sedaap di Minimarket Indomart dan Toserba Eka Jaya di Desa Bungbulang Kecamatan Bungbulang Kabupaten Garut mengenai gaya *testimonial* pada media TV.
- (2) Analisis deskriptif tanggapan responden konsumen Mie Sedaap di Minimarket Indomart dan Toserba Eka Jaya di Desa Bungbulang Kecamatan Bungbulang Kabupaten Garut mengenai tingkat keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini, setiap pendapat responden atas pernyataan diberi nilai dengan skala ordinal. Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran teknik prosentase (0% - 100%). Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan dalam bentuk Tabel 3.7 sebagai berikut.

TABEL 3.10
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

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 (1995:184)

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 gaya *testimonial* pada media TV 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 3.11
SKOR SETIAP ITEM PERNYATAAN

Alternatif Jawaban	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup	3
Kurang Setuju	2
Tidak Setuju	1

Adapun analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Nirwana SK Sitepu (1994:11) menyatakan "Syarat variabel dalam regresi sekurang-kurangnya interval". 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*. (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:

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

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.

(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 keeratatan 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 3.9.

TABEL 3.9
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Koefisien	Klasifikasi
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2005:214)

(2) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi digunakan bila peneliti bermaksud ingin mengetahui kondisi di waktu 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 gaya *testimonial* pada media TV 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 independen 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:

- 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
- 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;

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

(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) Rancangan Uji Hipotesis

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

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji 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 gaya *testimonial* pada media TV terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap di Minimarket Indomart dan Toserba Eka Jaya di Desa Bungbulang Kecamatan Bungbulang Kabupaten Garut.

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif pengaruh gaya *testimonial* pada media TV terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap di Minimarket

Indomart dan Toserba Eka Jaya di Desa Bungbulang Kecamatan Bungbulang Kabupaten Garut.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari terlebih dahulu dulu dari t_{hitung} dan dibandingkan dengan nilai dari t_{tabel} , dengan taraf kesalahan 5% atau sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta uji satu pihak yaitu pihak kanan.

Untuk mencari nilai t_{hitung} menggunakan rumus $t_{student}$ yaitu :

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

Keterangan :

t = distribusi student

r = koefisien korelasi

n = banyaknya data

Berdasarkan hipotesis di atas, maka kriteria keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Adapun untuk membantu dalam proses pengolahan data dan pengujian hipotesis, dapat menggunakan bantuan perangkat lunak (*software*) statistik SPSS 13.0, melalui langkah-langkah sebagai berikut :

1. Masukkan data variabel X dan variabel Y
2. Aktifkan menu *analyze*
3. Pilih *regression*
4. Klik linier sehingga akan tampil kotak dialog linier *regresiion*

5. Pilih variabel-variabel yang diinginkan dan masukkan ke dalam kotak-kotak pilihan yang ada.

