

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh kebijakan harga terhadap keputusan pembelian pada pengecer AMDK Hanaang di kawasan Tegalega Kota Bandung. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*Independent Variabel*) atau variabel X adalah kebijakan harga (X) mengenai persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan perusahaan. Sedangkan objek yang merupakan variabel terikat (*dependent variabel*) atau variabel (Y) adalah keputusan pembelian yang memiliki beberapa dimensi diantaranya pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan distributor, pemilihan waktu, jumlah pembelian. Penelitian ini dilakukan pada saat tertentu, yaitu penelitian dilakukan pada bulan September 2007 sampai dengan bulan April 2007. Oleh karena itu metode yang digunakan yaitu metode *Cross Sectional*.

Menurut Fredy Rangkuti (2002:20) bahwa yang dimaksud dengan metode *cross sectional* adalah metode yang digunakan apabila kegiatan riset dilakukan pada saat tertentu. Responden yang menjadi objek pada penelitian ini adalah para pengecer yang berada di kawasan Tegalega Kota Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Sifat/Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Metode dapat diartikan sebagai suatu cara kerja untuk mencapai tujuan tertentu, agar dapat terkumpul data serta dapat mencapai tujuan penelitian itu

sendiri. (Winarno Surakhmad, 1985:140). metode adalah “Cara utama yang dipergunakan untuk mencapai suatu tujuan, misalnya untuk menguji serangkaian hipotesis dengan mempergunakan teknik serta alat-alat tertentu”.

Sedangkan menurut Sugiyono (Sugiyono, 1997:1) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Administratif mengatakan bahwa :

“Metode Penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah yang dilakukan untuk mendapatkan data yang objektif, valid dan reliabel, dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”.

3.2.1.1 Jenis Penelitian

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 lapangan.

3.2.1.2 Metode yang Digunakan

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 (Sugiyono, 2005:7), yang dimaksud dengan metode survei yaitu:

Metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Penelitian yang menggunakan metode ini, melakukan kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Metode pengembangan yang dipergunakan adalah *cross-sectional methode*. Menurut Husein Umar (2003:45) *Cross sectional methode* yaitu: “metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang).”

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi kebijakan harga (X) mengenai persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan perusahaan. Sedangkan objek yang merupakan variabel terikat (*dependent variabel*) atau variabel (Y) adalah keputusan pembelian yang memiliki beberapa dimensi diantaranya pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan distributor, pemilihan waktu, jumlah pembelian.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kebijakan harga (X)	Kebijakan harga adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti untuk suatu jangka waktu tertentu. (Buchari Alma, 2004:172).	Kesesuaian harga	○ Tingkat kesesuaian harga dengan daya beli	Ordinal	1
			○ Tingkat kesesuaian harga pengecer	Ordinal	2
Keputusan Pembelian (Y)	Suatu keputusan yang dilakukan oleh konsumen yang dipengaruhi oleh kebudayaan, kelas sosial, keluarga dan referensi grup yang akan membentuk suatu sikap pada diri individu kemudian melakukan pembelian. (Philip Kotler, 2006:174).	1. Pemilihan Produk		Ordinal	3
		○ Lebih laku	○ Banyaknya permintaan produk		
		○ Mudah di dapat	○ Tingkat kemudahan mendapatkan produk		
		2. Pemilihan Merek		Ordinal	5
		○ Pengetahuan berdasarkan produk	○ Tingkat Pengetahuan berdasarkan produk		
		○ Manfaat dari merek	○ Tingkat manfaat dari merek		
		3. Pemilihan Distributor		Ordinal	7
		○ Lokasi	○ Keterjangkauan lokasi distributor		
		○ Kelengkapan barang	○ Kelengkapan barang yang di jual	Ordinal	8

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Keputusan Pembelian (Y)	Suatu keputusan yang dilakukan oleh konsumen yang dipengaruhi oleh kebudayaan, kelas sosial, keluarga dan referensi grup yang akan membentuk suatu sikap pada diri individu kemudian melakukan pembelian. (Philip Kotler, 2006:174).	4. Pemilihan waktu pembelian			
		○ Pesanan produk secara rutin	○ Tingkat Pesanan produk secara rutin	Ordinal	9
		○ Kemudahan mendapatkan produk	○ Tingkat kemudahan mendapatkan produk	Ordinal	10
		5. Jumlah Pembelian			
		○ Persediaan produk	○ Tingkat persediaan produk	Ordinal	11
		○ Permintaan terhadap produk	○ Tingkat permintaan terhadap produk	Ordinal	12

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2005:129) berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu : data primer dan data sekunder. 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. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan tulisan-tulisan ilmiah.

Data primer dan data sekunder di atas diperoleh dari sumber data, sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Sumber data primer adalah pelaku yang terlibat langsung dengan karakter yang diteliti sedangkan sumber data sekunder adalah karakter hasil liputan lain. Lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 :

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

NO	DATA	SUMBER DATA	JENIS DATA
1	Bidang usaha dan profil perusahaan	Perusahaan AMDK Hanaang PDAM Kota Bandung	Sekunder
2	Jumlah Pengecer	Perusahaan AMDK Hanaang PDAM Kota Bandung	Sekunder
3	Karakteristik responden	Pengecer	Primer
4	Tanggapan responden tentang kebijakan harga	Pengecer	Primer
5	Tanggapan responden tentang keputusan	Pengecer	Primer

Sumber : Data primer, Diolah Kembali

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Dalam mengumpulkan dan menganalisis suatu data, menentukan populasi merupakan langkah yang penting dalam pelaksanaan penelitian. Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki objek atau subjek itu. Menurut Sugiyono, menjelaskan bahwa populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan” (Sugiyono, 2002:72).

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."

Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti (Asep Hermawan, 2006:143).

Batasan lebih jelas disampaikan oleh Ulber Silalahi (2006:147), sebagai berikut:

Populasi adalah jumlah total dari seluruh unit atau elemen di mana penyidik tertarik. Populasi adalah jumlah total dari seluruh unit yang darinya sampel dipilih. Populasi dapat berupa organisme, orang atau sekelompok orang, masyarakat, organisasi, benda, objek, peristiwa, atau laporan yang semuanya memiliki ciri dan harus didefinisikan secara spesifik dan tidak secara mendua.

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.

Populasi penelitian ini adalah pengecer Hanaang yang berada di kawasan Tegalega Kota Bandung. Pada September 2007 yang berjumlah 290 pengecer. Jumlah pengecer tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini:

TABEL 3.3
JUMLAH POPULASI

No	Daerah	Jumlah
1	Jl. Sauyunan	23 pengecer
2	Jl. Katapang	45 pengecer
3	Jl. Soekarno Hatta	37 pengecer
4	Jl. BKR	49 pengecer
5	Jl. Moh Toha	48 pengecer
6	Jl. Cingcin	21 pengecer
7	Jl. Gajah	26 pengecer
8	Jl. Cibaduyut	41 pengecer
Total		290 pengecer

Sumber: Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) PDAM Kota Bandung 2006

3.2.4.2 Sampel

Menurut Ulber Silalahi (2006:234), “Sampel adalah satu subset atau tiap bagian dari populasi berdasarkan apakah itu representatif atau tidak. Sampel merupakan bagian tertentu yang dipilih dari populasi.” Penjelasan lebih lanjut disampaikan oleh Asep Hermawan (2006:145):

Sampel merupakan suatu bagian (subset) dari populasi. Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel. Dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi.

Uma Sekaran (2006:244) sampel adalah sub set atau sub kelompok populasi.

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian saja dari objek populasi yang ditentukan. Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi disebut sampel. (Sugiyono, 2005:73)

Data yang dimiliki dalam penelitian ini adalah berupa populasi homogen sebesar 290 orang sebagai pengecer AMDK Hanaang. Dalam menentukan jumlah sampel di dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Harun Al Rasyid (1994:44), yaitu:

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

(Harun Al Rasyid, 1994:44)

Sedangkan n_o dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

(Harun Al Rasyid, 1994:44)

Dimana :

N = populasi (290)

n = sampel

n_o = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit


δ = *Bound of error* yang bisa ditolelir/dikehendaki adalah 5

S = Simpangan baku untuk variable yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming`s empirical Rule*.

Z = konstanta sebesar 1,96 yang diperoleh dari tabel normal baku.

Dengan menggunakan rumus di atas maka jumlah ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

- a. Jumlah item = 12
- b. Nilai tertinggi skor responden (12 x 5) = 60
- c. Nilai terendah skor responden (12 x 1) = 12
- d. Rentang (60-12) = 48
- e. S adalah simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (0,21)
(48) = 10,08

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

- f. Derajat kepercayaan = 95% dimana resiko kekeliruan yang mungkin terjadi
= $\alpha = 0,05$, $Z = \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = 1,96$

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

- g. Jadi $n_o = \left[\frac{1,96 \times 10,08}{5}\right]^2 = 15,61324$

Dengan demikian jumlah sampel minimal adalah sebagai berikut :

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

$$\begin{aligned} n &= \frac{15,61324}{1 + \frac{15,61324}{290}} \\ &= \frac{15,61324}{1,0538} \end{aligned}$$

$$= 14,8161$$
$$= 15 \text{ pengecer}$$

Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah lagi dari jumlah matematik, oleh karena itu jumlah sampel minimal yang diteleti adalah berjumlah 30 pengecer.

3.2.4.3 Teknik Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:133) teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

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

1. Menginventarisasi jumlah pengecer AMDK yang menjual produk Hanaang di Wilayah Tegalega Kota Bandung.
2. Menentukan ukuran sampel dari besarnya populasi yaitu sebagian pengecer yang menjual produk Hanaang di Wilayah Tegalega Kota Bandung.

Pada penelitian ini ukuran sampel ditentukan dalam uji statistik yang akan digunakan yaitu *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2002:74), *probability sampling* adalah teknik sampling (teknik pengambilan sampel) yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota populasi) untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Untuk selanjutnya dilakukan teknik *Stratified Random Sampling* (Sugiyono, 2002:75). Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota unsur yang berstrata, atau dengan kata lain pengambilan sampel secara acak dengan memperhatikan strata karena anggota populasi bersifat heterogen.

Pengambilan sampel pada AMDK Hanaang dilihat dari responden yang menempati daerah yang berbeda, yaitu Jln. Sauyunan, Jln. Katapang, Jln. Soekarno Hatta, Jln. BKR, Jln. Moh Toha, Jln. Cingcin, Jln. Gajah, Jln. Cibaduyut. Pengecer yang berada di wilayah tegalega menempati daerah yang berbeda-beda.

Ukuran sampel tersebut dialokasikan secara proposional dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n \quad :1,2,3,4, \text{dst}$$

Harun Al Rasyid , 1993 : 50

Keterangan :

n_i = Anggota sampel pada proporsi ke i

N_i = Populasi ke i

N = Populasi total

n = Sampel yang diambil dalam penelitian

Berdasarkan perbandingan pada tiap daerah, maka sampel dibedakan atas tingkatan lokasi pengecer yang menjual produk AMDK Hanaang pada daerah tersebut. Dengan rumus tersebut maka dapat dialokasikan jumlah responden yang berlokasi pada masing-masing tiap daerah tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut ini:

TABEL 3.4
PENYEBARAN PROPORSI SAMPEL
PADA SETIAP DAERAH PENELITIAN

No	Daerah	N	N
1	Jln. Sauyunan	23 pengecer	$23/290 \times 30 = 2$
2	Jln. Katapang	45 pengecer	$45/290 \times 30 = 5$
3	Jln. Soekarno Hatta	37 pengecer	$37/290 \times 30 = 4$
4	Jln. BKR	49 pengecer	$49/290 \times 30 = 5$
5	Jln. Moh Toha	48 pengecer	$48/290 \times 30 = 5$
6	Jln. Cingcin	21 pengecer	$21/290 \times 30 = 2$
7	Jln. Gajah	26 pengecer	$26/290 \times 30 = 3$
8	Jln. Cibaduyut	41 pengecer	$41/290 \times 30 = 4$
	Total	290 pengecer	30 pengecer

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 teknik sebagai berikut:

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 harga serta keputusan pembelian
2. Studi lapangan, yang terdiri:

- a. Observasi, berkunjung secara langsung ke perusahaan AMDK Hanaang PDAM Kota Bandung untuk mengetahui jumlah permintaan pasar pertahun.
- b. Wawancara, yaitu bertanya kepada direktur pemasaran dan karyawan lain yang terkait dengan masalah penelitian.

Angket/kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2005:162). Angket berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, dimensi kebijakan harga dan keputusan pembelian produk AMDK Hanaang.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Method of successive interval (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan Methode Of Successive (MSI). (harun al rasyid, 2000:131) ada pun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.

- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

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

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan dan variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Proses pengolahan data MSI, peneliti menggunakan *software succ 97*.

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 persyaratanyaitu *Validitas* dan *Realibilitas*.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Menurut Komaruddin Sastradipoera (2005:302), Validitas merupakan derajat hingga sejauh mana ketepatan dan ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur gejala.

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2003:145).

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*.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus Korelasi *Product*

Moment yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

Dimana:

r = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan. (Suharsimi Arikunto, 2003:146)

x = skor untuk pernyataan yang dipilih

y = skor total

n = jumlah responden

ΣX^2 = Kuadrat faktor variabel X

ΣY^2 = Kuadrat faktor variabel Y

ΣXY = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi, dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut ini:

Tabel 3.5
Klasifikasi Pengujian Hubungan

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 (2002:183)

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

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

Keputusan uji validitas item instrumen ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

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

3.2.6.2 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. *Reliable* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Menurut Suharsimi Arikunto (2003:154) yang dimaksud dengan reliabilitas adalah menunjukkan suatu Pengertian bahwa suatu intrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik.

Peneilitian ini menggunakan reliabilitas internal untuk menghindari perbedaan hasil yang disebabkan oleh sifat dan karakteristik data. Reliabilitas internal diperoleh dengan cara menganalisis data dari satu kali hasil pengetesan. Teknik mencari reliabilitas internal yang dipergunakan adalah dengan menggunakan rumus Alpha, karena skor yang digunakan berada pada rentang 1-5.

Rumus Alpha menurut Suharsimi Arikunto (2003:171) adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (\text{Husein Umar, 2002:146})$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyaknya butir pertanyaan
 σ_t^2 = Varians total
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} > r_{tabel}$. dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
- 2). Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$. dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

3.2.6.3 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas ini menggunakan aplikasi *software SPSS 13 for windows*. Adapun variabel yang diuji yaitu Kebijakan Harga 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
1	Nilai Yang Diperoleh Pelanggan Terhadap Harga 1. Penilaian pelanggan terhadap harga 2. Harga satuan barang yang ditawarkan	0,563 0,563	0,374 0,374	Valid Valid
2	Pemilihan produk 1. Produk Hanaang lebih laku di pasaran 2. Kemudahan mendapatkan produk Hanaang	0,554 0,660	0,374 0,374	Valid Valid

3	Pemilihan merek 1. Pengetahuan pembeli terhadap merek Hanaang 2. Manfaat dari merek Hanaang	0,452 0,648	0,374 0,374	Valid Valid
4	Pemilihan distributor 1. Keterjangkauan Lokasi Distributor 2. Kemudahan melakukan pembayaran	0,556 0,646	0,374 0,374	Valid Valid
5	Pemilihan waktu pembelian 1. Rutinitas pesanan produk 2. Kemudahan mendapatkan produk	0,481 0,639	0,374 0,374	Valid Valid
6	Jumlah Pembelian 1. Persediaan produk 2. Banyaknya permintaan terhadap produk	0,514 0,690	0,374 0,374	Valid Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.6. maka dapat disimpulkan bahwa 6 dimensi yang terdiri dari 12 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 3.7 berikut ini :

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Kebijakan harga	0.719	0,374	Reliabel
2	Keputusan pembelian	0.869	0,374	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data

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

3.2.7 Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul harus dianalisis agar memperoleh makna yang berguna bagi pemecahan masalah yang telah diangkat oleh peneliti. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah dengan menggunakan statistik. Statistik yang digunakan adalah statistik inferensial atau sering disebut dengan statistik induktif atau statistik probabilitas. Statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. (Sugiyono, 2005:113).

Penelitian ini menggunakan dua jenis pendekatan analisis, yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Sedangkan analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh kebijakan harga terhadap keputusan pembelian.

Dalam mengolah hasil angket untuk mengkategorikan hasil perhitungan angket, maka digunakan teknik prosentase berdasarkan batas-batas tertentu. Berikut ini merupakan kriteria penafsiran hasil perhitungan responden

TABEL 3.8
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No.	Kriteria	Keterangan
1	0 %	Tidak seorang pun
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

Moh Ali (1985;84)

Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan kedalam tiga langkah yaitu:

1. Menyusun data. Kegiatan seleksi data ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Tabulasi data, yaitu:
 - a. Memberi skor pada setiap item.
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item.
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.
3. Pengujian.

Penelitian ini hanya menganalisis dua variabel saja maka digunakan teknik analisis regresi linier sederhana, sedangkan teknik tersebut membutuhkan data sekurang-kurangnya berskala interval. Oleh sebab itu data ordinal yang diperoleh akan ditransformasi menjadi skala interval. Setelah ditransformasikan menjadi

skala interval dengan menggunakan *Method Of Successive Interval*, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier sederhana.

3.2.7.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi digunakan untuk menguji pengaruh antar dua variabel. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam analisis regresi linier sederhana ini terdapat dua variabel yang diramalkan, yaitu kebijakan harga (variabel X) dan Keputusan pembelian (Y), maka bentuk persamaan regresi Y atas X adalah:

$$Y = a + bx$$

Dimana:

Y' = Nilai yang diukur dari variabel terikat

a : Y pintasan (nilai Y' bila $x=0$)

b : Kemiringan dari garis regresi (kenaikan atau penurunan Y untuk setiap perubahan satu satuan atau koefisien regresi, mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y jika X naik satu unit).

X = Nilai tertentu dari variabel bebas

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi 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 Sudjana (1996:315) sebagai berikut:

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

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

atau $y = a + bx$

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

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

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

(Sudjana, 2001 : 370)

Adapun pedoman untuk memberikan klasifikasi pengujian pengaruh dari variabel X (efektivitas kebijakan harga) terhadap variabel Y (tingkat keputusan pembelian) adalah sebagai berikut :

TABEL 3.9
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN KLASIFIKASI
PENGUJIAN PENGARUH

Besar Koefisien	Klasifikasi
<20	Sangat Rendah/lemah dapat diabaikan
0,20-0,40	Rendah/lemah
0,40-0,70	Sedang
0,70-0,90	Tinggi/Kuat
0,90-1,00	Sangat tinggi/sangat kuat

(Sugiyono, 2004:370)

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:

$$t = ns. \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}}$$

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_1 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Rumus 2 :

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

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, 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 antara kebijakan harga terhadap keputusan pembelian produk AMDK Hanaang.

$H_1 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara kebijakan harga terhadap keputusan pembelian produk AMDK Hanaang.