

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah pengaruh harga sebagai variabel *independent* (X) dengan dimensi harga moneter, biaya nonmoneter, manfaat produk, kualitas produk, citra produk, daya beli, dan diskon, atas pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk buku Islami sebagai variabel *dependent* (Y) dengan dimensi Pemilihan Produk, Pemilihan Merek, Pemilihan Distributor, Pemilihan waktu pembelian, dan Jumlah Pembelian.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1. Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. 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 (Sugiyono, 2005:11). Sedangkan penelitian *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data di lapangan (Suharsimi Arikunto, 2002:7).

Dalam penelitian ini, Penelitian *deskriptif* digunakan untuk memberikan gambaran dari variabel penelitian yang berupa tanggapan responden mengenai harga dan keputusan pembelian akan produk buku Islami. Sedangkan penelitian *verifikatif* digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian responden akan produk buku Islami.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *deskriptif survey* dan metode *explanatory survey* dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabelnya melalui pengujian hipotesis. Menurut Ker Linger yang dikutip Sugiyono (2006:7), 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.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

TABEL 3.1.
OPERASIONALISASI VARIABEL

| Variabel/Sub-Variabel | Konsep Variabel/ Sub Variabel | Indikator | Ukuran | Skala |
|---------------------------------------|--|-----------------------|---|---------|
| Harga (Variabel X₁) | Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Buchari Alma ,2004:79) | | | |
| <i>Harga Moneter</i> | Harga moneter adalah harga aktual yang dibayarkan pelanggan untuk suatu produk. | Kebersediaan membayar | Tingkat ketersediaan konsumen untuk membayar pada besar harga tertentu. | Ordinal |
| <i>Manfaat produk</i> | Manfaat produk adalah Sejumlah manfaat produk yang didapatkan konsumen dalam mengonsumsi produk tersebut | Manfaat | Tingkatan pengaruh manfaat yang akan diperoleh konsumen dalam mengonsumsi produk buku Islami | Ordinal |
| <i>Kualitas Produk</i> | Kualitas produk adalah sejumlah kualitas produk yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian | Kualitas produk | Tingkatan pengaruh kualitas produk yang akan diperoleh konsumen dalam mengonsumsi produk buku Islami | Ordinal |
| <i>Citra Produk</i> | Citra produk adalah persepsi konsumen terhadap pelayanan suatu produk | <i>Content</i> | Tingkatan kesesuaian produk buku Islami dilihat dari isi atau <i>content</i> yang diangkat dalam melayani <i>needs and wants</i> konsumen | Ordinal |
| | | <i>Prestige</i> | Tingkatan pemberian prestise tersendiri bagi konsumen ketika memiliki buku Islami | Ordinal |
| | | Totalitas produk | Tingkatan kepuasan konsumen terhadap produk dalam melayani kebutuhan dan harapannya | Ordinal |

| | | | | |
|---|--|---|---|---------|
| <i>Daya Beli</i> | Daya beli adalah kemampuan konsumen untuk memiliki suatu produk pada tingkat harga tertentu | Daya beli | Tingkatan pengaruh daya beli konsumen dalam melakukan keputusan pembelian | Ordinal |
| <i>Diskon</i> | Diskon adalah potongan harga yang diberikan produsen dalam menciptakan keputusan pembelian konsumen yang tinggi | Diskon | Tingkatan pengaruh pemberian diskon dalam membentuk keputusan pembelian seorang konsumen | Ordinal |
| Keputusan Pembelian (Variabel Y) | Suatu keputusan yang dilakukan oleh konsumen yang dipengaruhi oleh kebudayaan, kelas social, keluarga dan referensi grup yang akan membentuk suatu sikap pada diri individu kemudian melakukan pembelian (Buchari Alma:2004) | Pemilihan Produk | Tingkat harga produk yang berdasarkan kemampuan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian | Ordinal |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Harga • Daya Tarik Fitur • Desain | Tingkat daya tarik fitur produk bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian | Ordinal |
| | | | Tingkat kesesuaian dan kenyamanan desain produk bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian | Ordinal |
| | | Pemilihan Merek | Tingkat daya tarik citra merek (judul, pengarang, label penerbit, isu sentral dalam buku Islami) terhadap keputusan pembelian buku Islami | Ordinal |
| | | Pemilihan Distributor | Tingkat kemudahan mendapatkan produk buku Islami | Ordinal |
| | | Pemilihan waktu pembelian | Tingkat ketepatan waktu pembelian produk buku Islami | Ordinal |
| | | Jumlah Pembelian | Tingkat kuantitas jumlah produk buku Islami yang dibeli pada periode tertentu | Ordinal |

3.2.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Uma Sekaran (2006:241) populasi adalah keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal yang peneliti investigasi, sedangkan sampel (2006:244) didefinisikannya sebagai sub set atau sub kelompok populasi.

Penelitian ini dilakukan untuk produk buku-buku keislaman terbitan PT. Remaja Rosdakarya di lingkungan kampus STAI Al-Azhary Cianjur. Menurut

data Administrasi STAI Al-Azhary Cianjur, terdapat 100 orang Mahasiswa di jurusan PAI tahun angkatan 2007, 77 mahasiswa tahun angkatan 2006, 99 mahasiswa tahun angkatan 2005 dan 70 mahasiswa angkatan 2004. jadi, secara keseluruhan berjumlah 346 orang. Angka tersebut menjadi patokan besaran populasi yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun sampel dari penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus slovin sebagai berikut :

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

(Supramono, 2003 : 61)

Dimana

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

Moe = kelonggaran ketidaktelitian atas kesalahan sampel yang ditolelir (0,01)

Berdasarkan rumus tersebut, maka ukuran sample adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{346}{1 + (346)(0,01)} = \frac{346}{4,46}$$

$$n = 77,58 \approx 80$$

Jadi jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 80 orang.

Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *proportionate stratified random sampling*. Menurut Sugiyono (2006:135), teknik ini digunakan apabila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Dengan teknik ini, maka sampel yang diambil berdasarkan per angkatan tahun masuk adalah sebagai berikut:

TABEL 3.2
PENGAMBILAN SAMPEL MENURUT TEKNIK *PROPORTIONATE STRATIFIED RANDOM SAMPLING*

| Mahasiswa PAI | Populasi | Perhitungan | Sampel |
|---------------|------------|---|-----------------|
| Angkatan 2004 | 70 | $\frac{70}{346} \times 80 \text{ orang} = 16,18$ | 16 orang |
| Angkatan 2005 | 99 | $\frac{99}{346} \times 80 \text{ orang} = 22,89$ | 23 orang |
| Angkatan 2006 | 77 | $\frac{77}{346} \times 80 \text{ orang} = 17,80$ | 18 orang |
| Angkatan 2007 | 100 | $\frac{100}{346} \times 80 \text{ orang} = 23,12$ | 23 orang |
| Jumlah | 346 | | 80 orang |

Sumber: Tata Usaha STAI Al-Azhar Cianjur

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Ada dua jenis data yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer di sini merupakan data yang diperoleh langsung pada responden dengan menggunakan alat pengumpul data berupa kuesioner/angket. Sedangkan data sekunder dimaksudkan untuk data yang telah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Dalam penelitian ini data sekunder didapat melalui data-data sumber dari perusahaan (PT. Remaja Rosdakarya) dan data dari tempat yang menjadi sasaran penelitian (dalam hal ini kampus STAI Al-Azhary Cianjur). Untuk mengetahui jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut :

TABEL 3.3
JENIS DAN SUMBER DATA

| No. | Data | Jenis Data | Sumber Data |
|-----|--|------------|-----------------------------------|
| 1. | Data volume penjualan buku-buku keislaman terbitan Rosda, profil perusahaan dan produk-produknya | Sekunder | PT. Remaja Rosdakarya Bandung |
| 2. | Jumlah Mahasiswa jurusan PAI STAI Al-Azhary Cianjur | Sekunder | Tata Usaha STAI Al-Azhary Cianjur |
| 3. | Tanggapan konsumen terhadap harga produk buku (Islami) | Primer | Konsumen |
| 4. | Tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian yang mereka lakukan | Primer | Konsumen |

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh untuk penelitian ini merupakan jenis data primer, yang langsung diperoleh dari responden melalui teknik kuesioner, yaitu suatu teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis, dimana didalamnya berisi tentang pertanyaan, karakteristik responden, pengalaman responden, dan implementasi harga dalam keputusan pembelian produk buku Islami.

Studi literatur digunakan sebagai usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti terdiri dari harga serta teori tentang keputusan pembelian. Sumber literatur atau informasi ini didapat dari buku-buku sumber bacaan, tulisan atau informasi lain yang relevan terhadap permasalahan yang diangkat.

Observasi dilakukan untuk mengetahui data yang dibutuhkan untuk penelitian ini yang didapat dari perusahaan PT. Remaja Rosdakarya. Data tersebut berupa data volume penjualan produk buku keislaman selama tahun 2007, profil

perusahaan dan daftar buku-buku keislaman yang diterbitkan PT. Remaja Rosdakarya.

3.4 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.4.1 Teknik Pengujian Validitas

Menurut Komaruddin Sastradipoera (2005:302), Validitas merupakan derajat hingga sejauh mana ketepatan dan ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur gejala. Ini berarti bahwa suatu instrumen hanya valid untuk suatu keperluan dan pada kelompok tertentu.

Rumus yang digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan instrumen pada penelitian ini adalah rumus korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikunto, 2002 : 146)

dimana: r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

X = Skor untuk pernyataan yang dipilih

Y = Skor total

N = Jumlah responden

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi, dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini:

TABEL 3.4.
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 (2006:183)

Keputusan pengujian validitas item instrumen adalah sebagai berikut:

Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

3.4.2 Teknik Pengujian Reliabilitas

Menurut Komaruddin Sastradipoera (2005:306), reliabilitas adalah tingkat kepercayaan suatu tes seperti tercermin dalam konsistensi (keajegan) dari skor-skor seusai mengadakan pengukuran yang berulang kali terhadap kelompok yang sama.

Menurut Suharsimi Arikunto (2003:155), Secara garis besar terdapat dua jenis reliabilitas, yaitu reliabilitas eksternal dan reliabilitas internal. Pengujian reliabilitas eksternal dilakukan dengan teknik paralel dan teknik ulang. *Reliabilitas internal* diperoleh dengan cara menganalisis data dari satu kali hasil pengetesan. *Reliabilitas internal* merupakan jenis yang dipakai Peneliti dalam melakukan penelitian ini, untuk menghindari perbedaan hasil yang dikarenakan sifat dan karakteristik data.

Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus alpha atau *Cronbach's alpha* (α) dikarenakan pertanyaan kuesioner yang dipakai

merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5.

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

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

(Suharsimi Arikunto 2006 : 196)

Dimana :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

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

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

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

(Husein Umar, 2002 : 127)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

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

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

TABEL 3..
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

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

Sumber : Suharsimi arikunto (2002)

3.4.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian 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 verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi teknik analisa tersebut maka dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

Data yang terkumpul dari hasil penyebaran angket atau kuesioner diolah melalui tahap-tahap berikut :

1. Penyusunan dan pengecekan data. Kegiatan ini ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Tabulasi data, dengan tahapan:
 - 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 terdiri atas dua variabel yaitu kualitas produk (variabel X) dan Keputusan pembelian (Y), maka bentuk persamaan regresi Y atas X adalah:

$$Y = a + bx$$

Dimana:

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

Y' = Nilai yang diukur dari variabel terikat

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

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

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

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

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

(Sudjana, 1996:370)

3.4.4 Uji Hipotesis Penelitian

Untuk menguji keberartian 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:

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

(Sudjana, 2001:62)

keterangan:

t = distribusi student

rs = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian buku Islami

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak maka terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian buku Islami

Adapun cara lain yang lebih efektif dan efisien yaitu dengan menggunakan komputer pada program SPSS 12 *for windows*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 12 *for windows* adalah sebagai berikut :

1. Masukkan data variabel X dan variabel Y, harga jumlah-jumlah dari jawaban responden atas no *item* pada variabel *view*
2. Klik *variable view*, isi kolom *variable name* dengan variable-variabel penelitian (misal X,Y dan Z) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama variable penelitian), *coloumn*, *align* (*left*, *center* dan *right*) dan isi juga kolom *measure* (skala, ordinal atau nominal).
3. Kembali ke data view, kemudian klik *analyze* pada *toolbars* pilih *Regression. Pilih Linear*
4. masukkan variabel Media Iklan Radio pada kotak *Independent* dan variabel Keputusan pembelian pada kotak *Dependent*.
5. Klik tombol *Statistic* sehingga kotak dialog *Linear Regression Statistic* muncul. Secara *default* *Estimates* dan *model fit* terpilih. Anda dapat melakukan tambahan uji statistika bila diperlukan.
6. Klik tombol *continue*
7. Klik tombol *options* sehingga kotak dialog *Linear Regression Options* muncul. Pilih *Use Probability of F* kemudian masukkan nilai tingkat kepercayaan pada kotak *entry*.
8. Klik tombol *Continue*
9. Klik OK. Output *SPSS Viewer* akan menampilkan hasil.