

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh program harga rendah (*low price*) terhadap keputusan pembelian pada VCD ekonomis musik *original* produksi Sony BMG Music Entertainment Indonesia. Adapun yang menjadi objek penelitian sekaligus sebagai responden pada penelitian ini ialah pembeli VCD musik *original* Produksi Sony BMG Music Entertainment Indonesia pada Toko Bintang Nada.

Penelitian ini memuat dua variabel yaitu satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas (*independent variable*) dari penelitian ini adalah program harga rendah (*low price*). Sedangkan untuk variabel terikat (*dependent variabel*) adalah keputusan pembelian.

Melalui kedua variabel ini maka akan dianalisis mengenai pengaruh program harga rendah (*low price*) terhadap keputusan pembelian pada VCD musik *original* produksi Sony BMG Entertainment Indonesia (sensus pada pembeli produk VCD musik *original* produksi Sony BMG Entertainment Indonesia di Toko Musik Bintang Nada).

#### 3.2 Metode Penelitian

##### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

###### 3.2.1.1 Jenis Penelitian

Menurut tingkat kejelasan dan kedalamannya, penelitian ini dikelompokkan pada jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2006:11) menjelaskan bahwa, "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”.

Pendapat lainnya diungkapkan oleh David Aaker (2004:755) sebagai berikut: “*Descriptive research is research that usually is designed to provide a summary of some aspects of the environment when the hypotheses are tentative and speculative in nature.*” Artinya: Penelitian deskriptif adalah penelitian yang pada umumnya dirancang untuk menyediakan suatu ringkasan dari beberapa aspek lingkungan ketika hipotesis bersifat untung-untungan dan sementara secara alami.

Sementara itu pendapat lain yang menjelaskan penelitian deskriptif secara lengkap bahwa:

Penelitian deskriptif dilakukan untuk menjelaskan karakteristik berbagai variabel penelitian dalam situasi tertentu. Penelitian ini dapat pula disebut sebagai penelitian yang menjelaskan fenomena apa adanya. Tujuan dari penelitian ini adalah menyajikan suatu profil atau menjelaskan aspek-aspek relevan dengan suatu fenomena yang diteliti dari perspektif individual organisasi, industri, dan aspek lainnya. (Asep Hermawan, 2006:82)

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka penelitian deskriptif adalah penelitian yang dirancang untuk mendeskripsikan karakteristik dari sebuah populasi atau fenomena apa adanya. Melalui jenis penelitian deskriptif, selanjutnya secara terperinci dapat dianalisis sebagai berikut:

- 1) Tanggapan pembeli terhadap program harga rendah (*low price*) yang dilakukan oleh Sony BMG *Music Entertainment* Indonesia.

- 2) Pertimbangan pembeli dalam menentukan keputusan pembelian VCD Ekonomis Musik Original produksi Sony BMG *Music Entertainment* Indonesia pada toko Bintang Nada.

Penelitian verifikatif diterangkan oleh Suharsimi Arikunto (2004:7) sebagai berikut: “Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan.” Sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah terdapat pengaruh program harga rendah (*low price*) terhadap keputusan pembelian pada VCD Ekonomis musik *original* produksi *Sony BMG Music Entertainment* Indonesia.

### 3.2.1.2 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. Menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian dalam Bisnis* 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 (Sugiyono, 2006:1)

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory survey*.

Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2006:7), bahwa yang dimaksud dengan metode *survey* adalah 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.

Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian meliputi variabel bebas (*independent variable*) adalah program harga rendah (*low price*). Sedangkan untuk variabel terikat terikat (*dependent variabel*) adalah keputusan pembelian. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONAL VARIABEL**

| Variabel/Sub variabel                              | Konsep Variabel   | Indikator   | Ukuran   | Skala   | No. Soal |
|--|---|---|--|---------|----------|
| 1  | 2   | 3   | 4  | 5       | 6        |
| Program Harga Rendah ( <i>Low Pricing</i> )<br>(X) | Merupakan penggunaan harga rendah setiap hari pada produk yang dijual yang tidak lebih mahal dari harga pesaing<br>Sumber:<br>(Christina Whidya Utami:2006 201) | <ul style="list-style-type: none"> <li>ketertarikan/ minat (<i>interest</i>)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat ketertarikan pembeli dengan program harga rendah</li> </ul> | Ordinal | A.1      |
|  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>sensitifitas terhadap harga</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kepekaan pembeli terhadap program harga rendah</li> </ul>   | Ordinal | A.2      |

| Variabel/Sub variabel   | Konsep Variabel  | Indikator  | Ukuran  | Skala   | No. Soal                |
|-------------------------|--|--|---|---------|-------------------------|
| 1                       | 2  | 3  | 4   | 5       | 6                       |
|                         |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• nilai konsumen</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat penilaian konsumen terhadap keuntungan serta tampilan dari produk hubungannya dengan program harga rendah</li> </ul> | Ordinal | A.3, A.4, A.5, A.6, A.7 |
|                         |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• daya beli konsumen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat daya beli atau kemampuan membeli konsumen terhadap penetapan harga rendah</li> </ul>                                 | Ordinal | A.8, A.9, A.10,         |
|                         |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• produk pesaing</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat perbandingan produk dengan produk pesaing hubungannya dengan penetapan harga rendah</li> </ul>                       | Ordinal | A.11, A.12,             |
| Keputusan Pembelian (Y) | Perilaku pembelian konsumen adalah perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga, yang membeli barang-barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. (Kotler dan Amstrong, 2008:156). |  |   |         |                         |
|                         |  | <b>Pemilihan produk (Product Choice)</b>                               | Tingkat keputusan pembelian didasarkan pada pemilihan produk  | Ordinal | B.13, B.14, B.15,       |

| Variabel/Sub variabel | Konsep Variabel | Indikator                                     | Ukuran   | Skala   | No. Soal          |
|-----------------------|-----------------|---|--|---------|-------------------|
| 1                     | 2               | 3   | 4  | 5       | 6                 |
|                       |                 | <b>Pemilihan merek</b>                        | -Tingkat keputusan pembelian didasarkan pada suatu label rekaman (merek) | Ordinal | B.16, B.17, B.18, |
|                       |                 | <b>Pemilihan saluran pembelian</b>            | -Tingkat Keputusan pembelian didasarkan pada pemilihan saluran pembelian | Ordinal | B.19, B.20, B.21, |
|                       |                 | <b>Pembelian berdasarkan waktu</b>            | -Tingkat keputusan pembelian didasarkan waktu                            | Ordinal | B22               |
|                       |                 | <b>Pemilihan kuantitas produk yang dibeli</b> | -Tingkat keputusan pembelian didasarkan jumlah produk yang dibeli        | Ordinal | B23               |
|                       |                 | <b>Metode pembayaran</b>                      | -Tingkat keputusan pembelian didasarkan metode pembayaran yang digunakan | Ordinal | B24               |

### 2.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini dikategorikan menjadi seperti berikut.

#### 1. Data primer

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan peninjauan pada data dan situs langsung di toko Bintang Nada.



## 2. Data Sekunder

Data yang sudah tersedia sebelumnya, diperoleh dari pihak lain yaitu dari literatur, artikel, tulisan-tulisan ilmiah serta situs di internet.

Lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut :

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

| No | Keterangan Data  | Sumber Data   | Jenis Data |
|----|--|---|------------|
| 1  | tingkat penjualan produk rekaman musik original di indonesia (2004-2007)   | <a href="http://www.kompas.com/gayahidup/news/0302/18/214107.htm">http://www.kompas.com/gayahidup/news/0302/18/214107.htm</a>                     | Sekunder   |
| 2  | Data Tingkat Penjualan Produk Rekaman Musik <i>Original</i> Sony BMG Entertainment Indonesia                                       | <a href="http://SonyBMG.co.id/2009/2/3/jual-beli-musik-legal-di-indonesia/">http://SonyBMG.co.id/2009/2/3/jual-beli-musik-legal-di-indonesia/</a> | Sekunder   |
| 3  | Data Tingkat Penjualan Produk Rekaman Musik Original Produksi Sony BMG <i>Music Entertainment</i> Indonesia Pada Toko Bintang Nada | Pra Penelitian pada Toko Bintang Nada tahun 2009  | primer     |
| 4  | Data Tingkat Penjualan VCD Musik <i>Original</i> Produksi Sony BMG <i>Music Entertainment</i> Indonesia Pada Toko Bintang Nada     | Pra Penelitian pada Toko Bintang Nada Tahun 2009  | primer     |

|   |   |   |        |
|---|---|---|--------|
| 5 | Daftar Harga Produk VCD dan VCD Ekonomis Musik Produksi Sony BMG <i>Music Entertainment</i> Indonesia Pada Toko Musik Bintang Nada Tahun 2008   | Pra penelitian pada Toko Bintang Nada Tahun 2008  | Primer |
| 6 | Tanggapan pembeli mengenai pelaksanaan program harga rendah ( <i>low price</i> ) terhadap keputusan pembelian VCD ekonomis musik <i>original</i> produksi Sony BMG <i>Music Entertainment</i> Indonesia | Pembeli VCD musik <i>original</i> produksi Sony BMG <i>Music Entertainment</i> Indonesia di Toko Bintang Nada | Primer |
| 7 | Perimbangan pembeli dalam menentukan keputusan pembelian VCD ekonomis musik <i>original</i> produksi Sony BMG <i>Music Entertainment</i> Indonesia  | Pembeli VCD musik <i>original</i> produksi Sony BMG <i>Music Entertainment</i> Indonesia di Toko Bintang Nada | Primer |

Sumber: Data Primer dan Sekunder 2008-2009

#### 1.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

##### 3.2.4.1 Populasi

Pelaksanaan suatu penelitian membutuhkan populasi sebagai sumber data juga tidak terlepas dari penelitian yang akan diteliti, karena melalui objek penelitian akan diperoleh variabel-variabel yang merupakan permasalahan dalam penelitian dan diperoleh suatu pemecahan masalah yang akan menunjang keberhasilan penelitian. Menurut Sugiyono (2006: 73), "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".

Adapun populasi dalam penelitian ini seperti pada Tabel 3.3 berikut ini.



**TABEL 3.3**  
**POPULASI DARI PEMBELI PRODUK VCD MUSIK ORIGINAL**  
**PRODUKSI SONY BMG MUSIC ENTERTAINMENT INDONESIA DI**  
**TOKO MUSIK BINTANG NADA ( JUMLAH RATA-RATA PEMBELI**  
**PRODUKTIF PER HARI DALAM SATU MINGGU )**

| Saluran Pembelian | Jumlah Rata-rata Pembeli Per Hari Dalam Satu Minggu |        |      |       |       |       |        |        |
|-------------------|---|--------|------|-------|-------|-------|--------|--------|
|                   | Senin   | Selasa | Rabu | Kamis | Jumat | Sabtu | Minggu | Jumlah |
| Toko Bintang Nada | 5   | 5      | 8    | 10    | 12    | 20    | 40     | 100    |

Sumber: Pra penelitian pada Toko Musik Bintang Nada tahun 2009

Tabel di atas menunjukkan banyaknya pembeli produktif VCD musik *original* produksi Sony BMG Music Entertainment Indonesia di Toko Musik Bintang Nada dalam waktu satu minggu ialah sekitar 100 orang. Angka tersebut sekaligus menjadi besar populasi yang akan diteliti.

#### 3.2.4.2 Sampel

Mendapatkan data merupakan sesuatu yang paling utama dalam proses penelitian. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu obyek penelitian yang telah ditentukan populasi dari obyek yang akan diteliti. Langkah selanjutnya ialah mencari sampel yang bertujuan memudahkan dalam meneliti obyek penelitian. Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang untuk menjadi sampel. Menurut Suharsimi Arikunto (2002,102), yang dimaksud dengan sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Sedangkan menurut Sugiyono (2006:73), yang dimaksud dengan sampel adalah “bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu”. Dalam penelitian ini akan diambil jumlah sampel sesuai dengan jumlah populasinya yaitu

dari jumlah pembeli VCD musik *original* produksi Sony BMG Music Entertainment Indonesia di Toko Musik Bintang Nada dalam rentang waktu satu minggu, tepatnya sebanyak 100 orang.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2002:73), “teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel”. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Berdasarkan sifat penelitian yaitu *deskriptif* dan *verifikatif*, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian populasi atau sensus karena mengambil sampel dari seluruh populasi atau dinamakan sampling jenuh. Sampling jenuh menurut Sugiyono, (2008:122-123).

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

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang dipergunakan adalah metode *cross sectional method* (pendekatan silang) dan *time series method*. *Cross sectional method* adalah salah satu rancangan riset yang terdiri dari pengumpulan informasi mengenai sampel tertentu dari elemen populasi hanya satu kali (Malhotra, 2005:95-96). Sedangkan *Time series method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam

kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang).  
(Husein Umar, 2001:45)

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

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

#### 1. Angket atau *kuesioner*

Yaitu pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis pada responden yang menjadi anggota sampel penelitian.

#### 2. Wawancara atau *interview*

Yaitu digunakan untuk memperoleh data dengan cara berkomunikasi secara langsung dengan responden yang terpilih melalui daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya sebagai pedoman wawancara.

#### 3. Studi *literatur*

Yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, majalah ilmiah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

### 3.2.6 Validitas dan Reliabilitas

#### 3.2.6.1 Validitas

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, 2002:145).

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:

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

(Suharsimi Arikunto, 2002:146)

Dimana:

$r$  = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

$X$  = 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

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2002:245) dapat dilihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut :

**TABEL 3.4**  
**KOEFISIEN KORELASI**

| BESARNYA NILAI                   | INTERPRETASI  |
|----------------------------------|---------------|
| Antara 0,800 sampai dengan 1,00  | Tinggi        |
| Antara 0,600 sampai dengan 0,800 | Cukup         |
| Antara 0,000 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)

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

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

Keputusan pengujian validitas responden dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$
3. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 kasus dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk)  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar **0,374**

### 3.2.6.2 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, yang dimaksud dengan reliabilitas adalah “menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu” (Suharsimi Arikunto:2002).

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

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

Keterangan:



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

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

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

(Husein Umar, 2002:147)

Keterangan:

- $n$  = Jumlah sampel  
 $\sigma$  = Nilai varians  
 $X$  = Nilai skor yang dipilih

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.

**TABEL 3.5**  
**KLASIFIKASI KOEFISIEN VALIDITAS DAN RELIABILITAS**

| Interval Reliabilitas | Klasifikasi   |
|-----------------------|---------------|
| 0,800-1,000           | Sangat Tinggi |
| 0,600-0,800           | Tinggi        |

| Interval Reliabilitas | Klasifikasi   |
|-----------------------|---------------|
| 0,400-0,600           | Cukup         |
| 0,200-0,400           | Rendah        |
| 0,000-1,200           | Sangat Rendah |

Sumber: Suharsimi Arikunto (2004:245)

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 15 *for window*. Variabel yang akan diujikan tingkat validitas dan reliabilitasnya ialah strategi penetapan harga rendah (*low pricing*) sebagai variabel *independent* (X) serta keputusan pembelian sebagai variabel *dependent* (Y).

### 3.2.6.3 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas ini menggunakan aplikasi *software SPSS 15.0 for windows*. Variabel yang diuji yaitu strategi penetapan harga rendah (*low pricing*) (variabel X) dimana dari 30 item pernyataan hanya 12 yang valid sedangkan variabel keputusan pembelian (variabel Y) dari 23 item pernyataan hanya 12 item yang valid. 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 (dapat dilihat di halaman selanjutnya):

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

| NO   | Pernyataan                         | R hitung | R tabel | Ket   |
|--|------------------------------------|----------|---------|-------|
| <b>Program Harga Rendah (<i>Low Price</i>)</b> |                                    |          |         |       |
| <b>Ketertarikan/minat</b>                      |                                    |          |         |       |
| 1  | Tingkat ketertarikan untuk mencoba | 0,785    | 0,374   | Valid |
| <b>Sensitifitas terhadap Harga</b>             |                                    |          |         |       |
| 2  | Kepekaan terhadap kelebihan        | 0,685    | 0,374   | Valid |

| <b>Nilai Konsumen</b>            |  |          |         |       |
|----------------------------------|--|----------|---------|-------|
| 3                                | Tingkat penilaian positif konsumen   | 0,777    | 0,374   | Valid |
| 4                                | Tingkat kecocokan pada produk  | 0,718    | 0,374   | Valid |
| 5                                | Tingkat keuntungan dari produk   | 0,660    | 0,374   | Valid |
| 6                                | Tingkat penilaian yang seimbang antara positif dan negatif                       | 0,716    | 0,374   | Valid |
| 7                                | Tingkat kecocok antara harga dengan tampilan produk tersebut                     | 0,619    | 0,374   | Valid |
| <b>Daya Beli Konsumen</b>        |  |          |         |       |
| 8                                | Tingkat kemampuan untuk memiliki produk lebih banyak                             | 0,600    | 0,374   | Valid |
| 9                                | Tingkat kemampuan membeli yang tinggi  | 0,758    | 0,374   | Valid |
| 10                               | Tingkat kemampuan untuk memiliki produk sesuai keperluan                         | 0,608    | 0,374   | Valid |
| <b>Produk Pesaing</b>            |  |          |         |       |
| 11                               | Tingkat keinginan/ketertarikan dengan produk ini dari pada produk lain           | 0,680    | 0,374   | Valid |
| 12                               | Tingkat keunggulan dari pada produk lain   | 0,783    | 0,374   | Valid |
| NO                               | Pernyataan   | R hitung | R tabel | Ket   |
| <b>Keputusan Pembelian</b>       |  |          |         |       |
| <b>Pilihan Produk</b>            |  |          |         |       |
| 13                               | Tingkat manfaat yang sesuai dengan yang diinginkan                               | 0,724    | 0,374   | Valid |
| 14                               | Tingkat kualitas seperti yang diharapkan   | 0,740    | 0,374   | Valid |
| 15                               | Tingkat ketersediaan jenis atau format produk yang disukai                       | 0,472    | 0,374   | Valid |
| <b>Pilihan Merek</b>             |  |          |         |       |
| 16                               | Tingkat kepercayaan terhadap label rekaman                                       | 0,590    | 0,374   | Valid |
| 17                               | Tingkat kesesuaian harga produk dengan nama besar label rekaman                  | 0,589    | 0,374   | Valid |
| 18                               | Tingkat pembelian karena musisi favorit yang berada di bawah suatu label rekaman | 0,703    | 0,374   | Valid |
| <b>Pilihan Waktu</b>             |  |          |         |       |
| 19                               | Tingkat pembelian karena moment-moment tertentu                                  | 0,683    | 0,374   | Valid |
| <b>Pilihan Saluran Pembelian</b> |  |          |         |       |
| 20                               | Tingkat kemudahan mendapatkan produk   | 0,538    | 0,374   | Valid |
| 21                               | Tingkat kenyamanan saat mendapatkan produk baik itu tempat atau pun pelayanannya | 0,589    | 0,374   | Valid |

|                                      |  |       |       |       |
|--------------------------------------|--|-------|-------|-------|
| 22                                   | Tingkat kelengkapan produk pada toko             | 0,732 | 0,374 | Valid |
| <b>Pemilihan kuantitas pembelian</b> |  |       |       |       |
| 23                                   | Tingkat jumlah pembelian sesuai kebutuhan        | 0,453 | 0,374 | Valid |
| <b>Metode Pembayaran</b>             |  |       |       |       |
| 24                                   | Tingkat pembelian karena metode pembayaran tunai | 0,512 | 0,374 | Valid |

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.4 maka dapat disimpulkan bahwa 11 indikator yang terdiri dari 24 item dapat dikatakan valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

Reliabilitas merupakan suatu instrumen yang 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  | Strategi Penetapan Harga Rendah ( <i>Low Pricing</i> ) | 0,928        | 0,374       | Reliabel   |
| 2  | Keputusan Pembelian                                    | 0,895        | 0,374       | Reliabel   |

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

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 dan Pengujian Hipotesis

#### 3.2.7.1 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis verifikatif bagi variabel yang bersifat kuantitatif, yaitu berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis verifikatif menitik beratkan 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 angket. Alat penelitian ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh program harga rendah (*low price*) terhadap keputusan pembelian pada VCD ekonomis musik *original* produksi Sony BMG Music Entertainment Indonesia. Data yang dihasilkan merupakan data ordinal. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

1. Menyusun Data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

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

### 3. Tabulasi Data

- a. Memberi skor pada setiap item

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Memberi skor pada setiap item

Perhitungannya skor pada setiap item dapat digunakan rumus menurut

Riduwan (2007:14) sebagai berikut:

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

Sebagai contoh untuk perhitungan skor pada setiap item akan dijelaskan pada bab 4, Adapun kriteria interpretasi skor sebagai berikut:

**TABEL 3.8**  
**INTERPRETASI SKOR**

| No | Kriteria   | Keterangan                 |
|----|------------|----------------------------|
| 1  | 0% - 20%   | Sangat Lemah/Sangat Rendah |
| 2  | 21% - 40%  | Lemah/Rendah               |
| 3  | 41% - 60%  | 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. Mengubah jenis data
- d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

### 4. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan



## 5. Pengujian

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode verifikatif, maka dilakukan analisis regresi linier sederhana.

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) yaitu program harga rendah (*low price*), terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Untuk mengetahui persyaratan digunakannya metode maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data ordinal, sehingga data harus diubah terlebih dahulu menjadi data interval dengan menggunakan metode MSI (*method of successive interval*). Langkah selanjutnya dilanjutkan dengan analisis regresi linier sederhana.

### 3.2.7.1.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini, menggunakan analisis deskriptif dalam mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Analisis deskriptif tanggapan responden pembeli VCD musik original produksi Sony BMG *Music Entertainment* Indonesia mengenai program harga rendah (*low price*)
2. Analisis deskriptif tanggapan responden pembeli VCD musik original produksi Sony BMG *Music Entertainment* Indonesia mengenai keputusan pembelian. Dalam mengolah hasil angket untuk mengkategorikan hasil perhitungan angket, maka digunakan kriteria penafsiran dengan teknik

persentase (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 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         |

Sumber : Moh. Ali (1985:84)

### 3.2.7.1.2 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 program harga rendah (*low price*) sebagai variabel independen (X) terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini, setiap pernyataan dari angket terdiri dari 5 kategori pada tabel 3.10 sebagai berikut:

**TABEL 3.10**

### SKOR SETIAP ITEM PERNYATAAN

| Alternatif Jawaban  | Bobot Pernyataan Positif | Bobot Pernyataan Negatif |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1                        | 5                        |
| Tidak Setuju        | 2                        | 4                        |
| Cukup setuju        | 3                        | 3                        |
| Setuju              | 4                        | 2                        |

| Alternatif Jawaban | Bobot Pernyataan Positif | Bobot Pernyataan Negatif |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|
| Sangat Setuju      | 5                        | 1                        |

Sumber : Modifikasi dari Sugiyono (2004:87)

#### a. Analisis Regresi Linear Sederhana

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

Sebagaimana diketahui sebelumnya bahwa penelitian ini menggunakan analisis data regresi linier sederhana atau melakukan prediksi (taksiran). Analisis ini biasa dipergunakan pada penelitian yang menggunakan satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). 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. Jadi, analisis korelasi dan analisis regresi menurut para ahli statistik merupakan satu bagian yang tidak bisa dipisahkan.

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 3.11 pada halaman berikut.

**TABEL 3.11**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI**  
**KOEFISIEN KORELASI**

| Besarnya Koefisien | Klasifikasi   |
|--------------------|---------------|
| 0,00 - 0,199       | Sangat rendah |
| 0,20 - 0,399       | Rendah        |

| Besarnya Koefisien | Klasifikasi |
|--------------------|-------------|
| 0,40 - 0,599       | Sedang      |
| 0,70 - 0,799       | Kuat        |
| 0,80 - 1,000       | Sangat Kuat |

Sumber : Sugiyono (2005:214)

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. 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 program harga rendah (*low price*) sebagai variabel 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:

- a. Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu:  $\sum X_i$ ,  $\sum Y_i$ ,  $\sum X_i Y_i$ ,  $\sum X_i^2$ ,  $\sum Y_i^2$ , serta
- 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

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



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

### b. 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 Pengujian 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:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sudjana, 2001: 62})$$

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  $H_1$  diterima

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

2. 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.

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : \rho < 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh program harga rendah (*low price*) terhadap keputusan pembelian pada VCD Ekonomis Musik *Original* produksi *Sony BMG Music Entertainment* Indonesia.

$H_1 : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh program harga rendah (*low price*) terhadap keputusan pembelian pada VCD Ekonomis Musik *Original* produksi *Sony BMG Music Entertainment* Indonesia.