

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai Pengaruh *Social Pricing Strategy* (*independent variable*) Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Pemilikan Rumah Di Bank BTN sebagai variabel terikat (*dependen variable*). *Social Pricing Strategy* yang dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan gaya hidup. Keputusan Pembelian meliputi Pemilihan Produk, Pemilihan Merek, Pemilihan Saluran Pembelian, Waktu Pembelian dan Jumlah Pembelian.

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah nasabah yang mengambil kredit pemilikan rumah (KPR) di Bank BTN cabang Cimahi. Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka akan diteliti mengenai Pengaruh Implementasi *Social Pricing Strategy* Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BTN cabang Cimahi.

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 *Social Pricing Startegy* dan Keputusan Mengambil Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Sedangkan penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Pricing Startegy* Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank BTN Cabang Cimahi. 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 Ranguti 2003:20).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini yaitu adalah Social Pricing Strategy sebagai variabel bebas dan Keputusan Mengambil Kredit Pemilikan Rumah sebagai variabel terikat. *Social Pricing Strategy* yang dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan gaya hidup. 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
Social Pricing Strategy (Variabel X)	Social Pricing Strategy adalah strategi penetapan harga dengan Menetapkan harga atau suku bunga sesuai dengan keadaan atau kelas sosial masyarakat (Fandi Tjiptono, 2008:174)				
Tingkat Pendidikan	Tingkat pendidikan formal seseorang merupakan perkiraan lain bagi kedudukan kelas sosial yang diterima. Pada umumnya, semakin tinggi pendidikan seseorang, semakin besar kemungkinan orang itu bergaji tinggi dan mempunyai kedudukan yang dikagumi atau dihormati (Leon Scihifman dan Leslie Lazar Kanuk, 2007:330)	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman terhadap informasi produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pemahaman nasabah dalam memahami informasi produk BTN 	Ordinal	1
		<ul style="list-style-type: none"> • Kecakapan dalam memilih 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecakapan nasabah dalam memilih kredit di Bank BTN 	Ordinal	2
		<ul style="list-style-type: none"> • Kecepatan dalam memahami informasi produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan nasabah dalam memahami informasi kredit di Bank BTN 	Ordinal	3

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
Pendapatan	Pendapatan merupakan imbalan yang diterima oleh seorang konsumen dari pekerjaan yang dilakukannya untuk mencari nafkah (Ujang Sumarwa 2002:204)	<ul style="list-style-type: none"> Seberapa besar usaha yang dilakukan individu dalam mendapatkan upah Besarnya pendapatan terhadap keinginan untuk membeli produk 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat besarnya usaha yang dilakukan individu dalam mendapatkan upah Tingkat pengaruh besarnya pendapatan terhadap keinginan untuk mengambil kredit 	Ordinal	6
				Ordinal	7
Gaya Hidup	Gaya hidup merupakan aspek yang penting dalam pengukuran kelas sosial, gaya hidup terdiri dari : kepercayaan, kegiatan, dan perilaku bersama (Leon Scihifman dan Leslie Lazar Kanuk, 2007:330)	<ul style="list-style-type: none"> Besarnya pengaruh gaya hidup terhadap keputusan untuk membeli produk Besarnya kecenderungan membeli produk karena kesesuaian dengan gaya hidup 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat besarnya pengaruh gaya hidup terhadap keputusan mengambil kredit Tingkat besarnya kecenderungan membeli produk karena kesesuaian dengan gaya hidup 	Ordinal	8
				Ordinal	9
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 Amstrong, 2006:129).	Pemilihan Produk	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian karena varian produk Tingkat pembelian karena mutu produk Tingkat pembelian karena harga Tingkat pembelian karena selera 	Ordinal	10
				Ordinal	11
		Pemilihan Merek	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian karena kepercayaan terhadap merek Tingkat pembelian karena popularitas merek 	Ordinal	12
				Ordinal	13
Ordinal	14				
Ordinal	15				

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
		Saluran Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian karena kedekatan dengan saluran pembelian Tingkat pembelian karena kelengkapan saluran pembelian 	Ordinal	16
		Waktu Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian ketika membutuhkan 	Ordinal	17
		Jumlah Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian sesuai dengan kebutuhan 	Ordinal	18
					19

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
Permintaan kredit baru nasional tahun 2008	Sekunder	Survei Kredit Perbankan 2008
<i>Suku bunga KPR</i>	Sekunder	Tribun Jabar, 2008
Realisasi KPR beberapa bank penyedia KPR periode 2005 – 2007	Sekunder	Marketing/Edisi Khusus/1/2008
Jumlah Permintaan Kredit KPR BTN Cimahi periode 2004-2008	Primer	Bank BTN Cimahi
Jumlah Nasabah Bank BTN Cimahi	Primer	Bank BTN Cimahi
Tanggapan Nasabah Terhadap <i>Social Pricing Strategy</i> yang dilakukan oleh BTN	Primer	Nasabah Bank BTN cabang Cimahi
Tanggapan Nasabah terhadap keputusan mengambil Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di BTN	Primer	Nasabah Bank BTN cabang Cimahi

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.

Populasi penelitian ini adalah nasabah yang mengambil kredit pemilikan rumah (KPR) di Bank BTN cabang Cimahi berukuran 12.000 orang dan jumlah nasabah keseluruhan di Bank BTN cabang Cimahi adalah sebanyak 23.230 nasabah sejak status fungsional Bank BTN Cimahi pada tahun 2000 berubah dari kantor cabang pembantu menjadi kantor cabang. Ukuran populasi ini diperoleh berdasarkan hasil wawancara dengan staff Humas BTN Cimahi yaitu Rakhmat nugroho, S.E. Berikut ini akan diperlihatkan secara rinci ukuran populasi yang disajikan dalam bentuk Tabel 3.3.

**Tabel 3. 3
JUMLAH POPULASI**

Produk Layanan KPR BTN	Nasabah Kredit Baru (melaksanakan kredit kurang dari 3 tahun)	Nasabah kredit lama (melaksanakan kredit lebih dari 3 tahun)
1. KPRS Bersubsidi	985	1643
2. KPR Bersubsidi	1516	2112
3. Kredit Griya Utama	2746	2998
JUMLAH NASABAH	5247	6753
	JUMLAH TOTAL	12000

Sumber : Berdasarkan hasil wawancara dengan Staf Humas BTN Januari 2009

2) Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:131) "sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Dalam penelitian

ini tidak mungkin semua populasi dapat penulis teliti, hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya:

1. Keterbatasan biaya
2. Keterbatasan tenaga
3. Keterbatasan waktu yang tersedia.

Maka peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti. Menurut Sugiyono (2006:73):

Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi, untuk itu sampel dari populasi harus benar-benar representatif.

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan, perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah n . Husein Umar (2002:59), mengemukakan bahwa ukuran sampel dari suatu populasi dapat menggunakan bermacam-macam cara, salah satunya adalah dengan menggunakan teknik Slovin dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir

$$(e = 0,1)$$

Rumus Slovin mensyaratkan data berdistribusi normal, oleh karena itu diperlukan uji normalitas yang dapat dilihat pada Lampiran.... Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{12000}{1 + 12000 \times 0,1^2}$$

$$n = 99,991 \approx 100$$

Jadi jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 100 orang.

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 *simple random sampling*.

Menurut Sugiyono (2006:73) menyatakan: "Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel". Teknik Sampling pada dasarnya dikelompokkan ke dalam dua bagian yaitu *Probability Sampling* (*simple random, proportionate stratified random, disproportionate stratified random dan area random*) dan *Non-Probability Sampling* (*sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, Purpose Sampling, sampling jenuh, dan snowball sampling*).

Freddy Rangkuti (2002 : 54) menyatakan bahwa : “Sampling adalah suatu cara mengumpulkan data dengan catatan sebagian kecil dari populasi saja, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimat value*)”. Untuk mendapatkan sampel yang representatif, maka harus diupayakan subjek dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi unsur sampel. Sehingga digunakan teknik *simple random sampling* atau pengambilan sampel secara acak, karena populasi dianggap homogen.

Menurut Suharsimi (2002:111) yang dimaksud dengan *random sampling* yaitu:

Teknik sampling ini diberi nama demikian (*random sampling*) karena di dalam pengambilan sampelnya, peneliti “mencampur” subjek-subjek di dalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut :

1. Tentukan populasi sasaran, dalam penilitaan ini yang dijadikan populasi sasaran adalah seluruh nasabah yang mengambil kredit di Bank BTN Cabang Cimahi.
2. Tentukan tempat tertentu sebagai *check point*, dalam penelitian ini menjadi tempat *check point* adalah Bank BTN cabang Cimahi .
3. Tentukan waktu yang digunakan untuk menentukan sampling, waktu yang digunakan peneliti adalah setiap hari Senin sampai dengan Jumat mulai pukul 09.00-15.00 (sesuai dengan hari kerja Bank BTN cabang Cimahi).

4. Melaksanakan orientasi secara cermat, terutama pada *check point*, orientasi ini dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama atau dasar kepadatan pengunjung, berdasarkan prapenelitian maka jumlah nasabah Bank BTN cabang Cimahi berukuran 12000 orang
5. Tentukan ukuran sampel, rumus yang digunakan untuk mencari ukuran sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Slovin sehingga setelah dihitung diperoleh sampel berukuran 100.
6. Menentukan ukuran sampel.

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 *social pricing strategy*, 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 Nasabah Bank BTN Cabang Cimahi

3. Wawancara, sebagai teknik komunikasi langsung dengan Nasabah Bank BTN cabang Cimahi
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 sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah. (Suharsimi Arikunto 2006:168).

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 3.4
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 nasabah Bank BTN 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 $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$.

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 15 *for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 15 *for window* dapat dilihat di Lampiran.

3) Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas ini menggunakan aplikasi *software SPSS 15 for windows*. Adapun variabel yang diuji yaitu *Social Pricing Strategy* 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 3.5
Hasil Pengujian Validitas

NO	INDIKATOR	R hitung	R tabel	Ket
Variabel X (Social Pricing Strategy)				
Tingkat Pendidikan				
1	Pemahaman terhadap informasi produk	0,583	0,374	Valid
2	Kecakapan dalam memilih	0,776	0,374	Valid
3	Kecepatan dalam memahami informasi produk	0,727	0,374	Valid
Pekerjaan				
4	Besarnya pengaruh status pekerjaan terhadap keinginan untuk membeli	0,651	0,374	Valid
5	Besarnya pengaruh gaji yang didapatkan dari pekerjaan terhadap keputusan membeli produk	0,742	0,374	Valid
Pendapatan				
6	Seberapa besar usaha yang dilakukan individu dalam mendapatkan upah	0,434	0,374	Valid
7	Besarnya pendapatan terhadap keinginan untuk membeli produk	0,794	0,374	Valid
Gaya Hidup				
8	Kesesuaian produk terhadap gaya hidup konsumen	0,764	0,374	Valid
9	Keinginan membeli dikarenakan gaya hidup	0,691	0,374	Valid
Variabel Y (Keputusan Pembelian)				
Pemilihan Produk				
10	Tingkat pembelian karena varian produk	0,746	0,374	Valid
11	Tingkat pembelian karena mutu produk	0,787	0,374	Valid
12	Tingkat pembelian karena harga	0,808	0,374	Valid
13	Tingkat pembelian karena selera	0,606	0,374	Valid
Pemilihan Merek				
14	Tingkat pembelian karena kepercayaan terhadap merek	0,742	0,374	Valid
15	Tingkat pembelian karena popularitas merek	0,758	0,374	Valid
Saluran Pembelian				
16	Tingkat pembelian karena kedekatan dengan saluran pembelian	0,595	0,374	Valid
17	Tingkat pembelian karena kelengkapan saluran pembelian	0,660	0,374	Valid
Waktu Pembelian				
18	Tingkat pembelian ketika membutuhkan	0,739	0,374	Valid
Jumlah Pembelian				
19	Tingkat pembelian sesuai dengan kebutuhan	0,629	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel maka dapat disimpulkan bahwa 9 dimensi yang terdiri dari 19 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 berikut ini

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	<i>Social Pricing Strategy</i>	0,860	0,374	Reliabel
2	Keputusan Mengambil Kredit	0,852	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

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 , X_4 dan Y .

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan gambaran responden terhadap *social pricing strategy* yang dibangun oleh perusahaan dan gambaran keputusan mengambil kredit pemilikan rumah (KPR)

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 :

$$\text{Skor per Item Pernyataan} = \text{Jumlah n Jawaban Responden} \times \text{Bobot Jawaban Responden}$$

(Riduwan, 2007:14)

Sebagai contoh akan dijelaskan di bab 4.

Adapun kriteria interpretasi skor sebagai berikut :

TABEL 3.7
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 nasabah bank BTN Cabang Cimahi mengenai *social pricing strategy* yang dilakukan oleh bank.
- (2) Analisis deskriptif tanggapan responden nasabah bank BTN Cabang Cimahi mengenai tingkat keputusan mengambil kredit pemilikan rumah (KPR).

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 3.8 sebagai berikut.

TABEL 3.8
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 implementasi *social pricing strategy* sebagai variabel independen (X) terhadap keputusan mengambil kredit pemilikan rumah sebagai variabel dependen (Y).

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

TABEL 3.9
SKOR SETIAP ITEM PERNYATAAN

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

Alternatif Jawaban	Bobot
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 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 3.10.

TABEL 3.10
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

(2.1) Uji Asumsi Regresi Linier Sederhana

1. Menguji β Melalui Uji t

Menguji β adalah untuk memeriksa apakah dalam populasi memang ada hubungan linier antara Y dengan X. Statistik uji yang dipergunakan (Draper and Smith, 1981):

$$t = \frac{b_1}{s(b_1)}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:21)

Menguji β melalui Uji t

Nilai b didapat dengan rumus:

$$b_1 = \frac{\sum_{i=1}^n X_i Y_i - \frac{\sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y_i}{n}}{\sum_{i=1}^n X_i^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n X_i\right)^2}{n}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:18)

Nilai $s(b_1)$ didapat dengan rumus:

$$s(b_1) = \sqrt{s^2(b_1)} = \frac{s_{Y/X}^2}{\sum_{i=1}^n X_i^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n X_i\right)^2}{n}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:20)

Keterangan:

$s(b_1)$ = Standar error untuk b_1

2. Diagram Pencar

Pada diagram pencar, terdapat gambaran secara kasar bahwa pola hubungan variabel Y (kepuasan pelanggan) atas variabel X (atribut produk) adalah pola hubungan linier, maka cukup beralasan mengatakan bahwa model hubungan ini adalah model regresi linier sederhana yaitu $Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$. Dari sampel model yang dipergunakan adalah $Y = b_0 + b_1 X + e$. Kovariansi antara X dan Y sifatnya searah, dalam arti bahwa apabila X berubah makin besar maka Y pun berubah makin besar atau apabila X berubah makin kecil, maka Y pun berubah makin kecil. Kovariansi antara kedua variabel itu disebut kovariansi positif, ini mengisyaratkan hubungan positif.

3. Uji Titik Terpencil

Setelah menggambarkan hasil pengamatan dalam diagram pencar dan sudah bisa menentukan pola garis lurus, maka langkah selanjutnya adalah memperhatikan apakah pada diagram pencar ada titik yang letaknya

terpencil. Dalam pengujian ini penulis menggunakan bantuan SPSS. Statistik uji yang digunakan adalah:

$$t = \frac{Y - \hat{Y}}{s_{Y - \hat{Y}}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:19)

(2.2) 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 *social pricing*

strategy sebagai independen (X) dan keputusan mengambil kredit 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: $\sum X_i$, $\sum Y_i$, $\sum X_i Y_i$, $\sum X_i^2$, $\sum Y_i^2$, dan
- b. Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sugiyono (2004: 206) sebagai berikut:

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

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

atau $Y = a + bX$

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

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

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

(3) Koefisien Determinasi

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

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

(Sugiyono, 2004: 210)

Keterangan :

KD = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

3) 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 implementasi *social pricing strategy* terhadap keputusan mengambil kredit pemilikan rumah (KPR) di bank BTN cabang Cimahi

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif pengaruh implementasi *social pricing strategy* terhadap keputusan mengambil kredit pemilikan rumah (KPR) di bank BTN cabang Cimahi.

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 15.0, melalui langkah-langkahnya dapat dilihat di Lampiran.

