BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitian oleh penulis ambil yaitu faktor gaya hidup dan sikap konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian sepeda motor Honda Blade pada Dealer Tridjaya Motor Pagaden. Dalam melakukan penelitian penulis mengumpulkan datagaya hidup dan sikap konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Berdasarkan latarbelakang dan rumusan masalah serta karakteristik objek yang diteliti dapat diklasifikasikan sebagai penelitian yang menggunakan hipotesis. Penelitian ini berdasarkan fakta yang ada di masyarakat tentang pemilihan alat transfortasi roda dua yaitu sepeda motor Honda Blade.

Suatu rencana struktur, dan strategi untuk menjawab permasalahan, yang mengoptimasi validitas. Dalam pelaksanaanya, penelitian ini menggunakan jenis atau bentuk penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

1. Penelitian Deskriptif

   Menurut (Sugiyono, 2005:21) menyatakan:

"penelitian deskripif adalah jenis penelitian yang mengambarkan apa yang di lakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data".

Data tersebut kemudian di analisis untuk memperoleh kesimpulan,dalam penelitian deskriptif digunakan untuk mengambarkan mengenai faktor-faktor gaya hidup, sikap dan keputusan pembelian konsumen.

2. Penelitian Verifikatif

Menurut (Sugiyono, 2005:21) menjelaskan bahwa

> "Penelitian Verifikatif pada dasarnya untuk menguji teori dengan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan mengunakan perhitungan statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y yang di teliti".

Dalam hal ini dimana variabel X1 adalah gaya hidup, X2 adalah sikap dan variabel Y adalah pengambilan keputusan. Penelitian ini bertujuan memperoleh gambaran tentang variabelgaya hidup, sikap dan pengambilan keputusan konsumen. Sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran pada suatu hipotesis, penelitian dengan menggunakan uji statistik yang relevan yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui gaya hidup dan sikap yang menjadi pertimbangan konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli sepeda motor Honda Blade.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Menurut (Sugiono, 2008:59), "variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya."

Dalam penelitian ini penulis menggunakan tiga variabel yang di sesuaikan dengan judul yang diteliti, yaitu :

1. Variabel Independen (X) atau variabel bebas.

   Menurut (Sugiyono, 2008:59) Variabel bebas adalah sebagai berikut:

   "Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yangmenjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) ".

   Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independen (X) adalah gaya hidup (X1) dan sikap (X2).

2. Variabel Dependen (Y) atau variabel terikat

   Menurut (Sugiyono, 2008:59) variabel terikat sebagai berikut:

   "Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas".

   Dalam penelitian ini yang termasuk variabel dependen (Y) adalah keputusan pembelian.

Tabel 3.1
Operasional variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Faktor Gaya Hidup (Variabel X1)	"Gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interest, and opinion*). (Sutisna, 2002:145)	• Activities -Kegiatan di waktu luang -Kegiatan rutin • Interest -Minat -Ketertarikan • Opinion -Konsep diri -Persepsi terhadap produk	*-Tingkat kegiatan di waktu luang* *-tingkat kegiatan rutin* *-tingkat minat* *-tingkat ketertarikan* *-tingkat konsep diri* *-tingkat persepsi terhadap produk*	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal

Faktor Sikap (Variabel X2)	"sikap adalah pernyataan-pernyataan atau penilaian evaluatif berkaitan dengan obyek, orang atau suatu peristiwa." (Engel, 2002:325)	• Komponen Kognitif -Pengetahuan -Persepsi • Komponen Afektif -Keinginan -Kesukaan • Komponen Konatif -Kecenderungan bertindak	*-tingkat pengetahuan* *-tingkat persepsi* *-tingkat keinginan* *-tingkat kesukaan* *-Tingkat tindakan konsumen*	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal
Keputusan Pembelian (Variabel Y)	"keputusan pembelian konsumen adalah serangkaian proses yang dilalui konsumen meliputi	• Pengenalan masalah • Pencarian informasi • Evaluasi alternatif	*-Tingkat pengenalan masalah* *-Tingkat pencarian informasi.* *-Tingkat evaluasi alternatif.*	Ordinal Ordinal Ordinal

	bagaimana konsumen dalam memutuskan tindakan pembelian." (Kotler dan Armstrong, 2004:204)	• Keputusan pembelian • Perilaku setelah pembelian	-*Tingkat keputusan pembelian* -*Tingkat Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen*	Ordinal Ordinal

3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini,penulis menggunakan dua data yaitu data primer dan data sekunder agar memudahkan dalam penelitian.

Sumber data yang digunakan adalah bersifat primer. Data diperoleh melalui kuisioner yang disebarkan kepada responden yang pernah membeli dan menggunakan sepeda motor Honda Blade. Yang menjadi obyek penelitian adalah pengaruh gaya hidup, sikap dan keputusan pembelian konsumen yang diperoleh secara langsung dari masyarakat Pagaden yang pernah membeli dan memiliki sepeda motor Honda Blade.

Menurut Umi narimawati (2008:11) menyatakan:

"Data primer adalah data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber yang biasanya melalui pertanyaan tulisan atau lisan"

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari literatur-literatur dan laporan-laporan yang berhubungan dengan obyek penelitian.

Menurut Umi Narimawati (2008:12) :

"Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari sumber pertama yang digunakan untuk memjawab masalah yang diteliti."

Menggunakan data sekunder karena peneliti mengumpulkan informasi data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu informasi mengenai data-data terkait dengan PD Tridjaya Motor.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

"Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". (Sugiyono, 2008: 80)

1. Populasi

   Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli dan menggunakan Honda Blade pada dealer Tridjaya Motor Pagaden selama 3 tahun terakhir, berhak menjadi responden yang berjumlah 167 orang. Adapun populasi ditentukan berdasarkan kriteria sebagai berikut:

   a. Merupakan pembeli dan pemilik Honda Blade, dan berdomisili di Pagaden
   b. Telah dewasa (> 17 tahun), sehingga dapat memberikan jawaban pada kuesioner secara obyektif dan rasional.

c. Mengisi kuesioner dengan lengkap, sehingga tidak ada data yang dapat mengganggu penelitian.

2. Sampel

a. Teknik Sampling

Dari populasi, dipilih sampel secara *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel yang didasarkan atas kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Sedangkan pengisian kuesioner diambil dengan *accidental sampling* artinya pengambilan responden yang sempat ditemui pada saat penelitian secara kebetulan memenuhi kriteria pada saat itu juga.

b. Perhitungan Jumlah Sampel

Sugiyono (2004:73), mengatakan bahwa pengertian sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampel yang digunakan adalah *random sampling* anggota populasi yang dibutuhkan secara acak tanpa menggunakan starta yang ada dalam anggota populasi dengan kata lain populasi dianggap homogen, dengan jumlah kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%. Untuk mengambil jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Slovin yang dikutip oleh (Husein Umar, 2001:78), yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

e : Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 10%).

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

$$\frac{167}{1 + (167x0.1^2)} = \mathbf{62,54}$$

$$= \mathbf{70}$$

Dari data yang didapat jumlah populasi di dealer Tridjaya Motor Pagaden yang pernah membeli dan menggunakan motor Honda Blade sebanyak 167 orang. Sehingga bisa di ukur untuk jumlah sampel menggunakan rumus slovin hasilnya sebanyak 62,54 atau dibulatkan menjadi 70 responden agar ukuran sampel yang diperlukan lebih representative.

3.2.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan berasal dari sumber – sumber sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

   Penulisan melakukan penelitian dengan metode lapangan yaitu penulisan terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data dan sebagai bahan bukti di tempat penulis teliti. Penelitian lapangan yang dilakukan penulis yaitu dengan cara sebagai berikut :

a. Obvervasi, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan.
b. Wawancara, yaitu dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait sesuai dengan topik yang penulis teliti.
c. Kuesioner, yaitu dengan cara memberikan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
d. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*).

2. Penelitian ini dilaksanakan dengan maksud memperoleh data sekunder yang berfungsi sebagai landasan teori guna mendukung dan sebagai pembanding data primer yang diperoleh selama penelitian. Data sekunder ini didapat dari membaca literatur-literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang dibahas baik dari buku-buku, catatan, kuliah atau bahan tertulis lainnya.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009:173) tentang validitas adalah :

"Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur".Jadi suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti".

Uji validitas dalam penelitian ini akan menggunakan korelasi pearson (*Product Moment Pearson*). Uji validitas ini perlu dilakukan guna mengetahui

apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas dimaksudkan sebagai ukuran seberapa cermat suatu uji melakukan fungsi sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur.

Pengukuran ini digunakan karena penyusunan angket penelitian ini dilakukan dengan mendasarkan atas konstruksi teoritik masing-masing variabel penelitian.Kemudian dari variabel penelitian tersebut dicari indikatornya, selanjutnya dijabarkan pada setiap item dalam angket.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

r = Nilai Korelasi Pearson

ΣX = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

ΣY = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

ΣXY = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

ΣX^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

ΣY^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

Apabila r lebih besar atau sama dengan 0,30, maka item tersebut dinyatakan valid. Hal ini berarti, instrumen penelitian tersebut memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian, dan layak digunakan dalam

pengujian hipotesis penelitian. tetapi apabila r_s lebih kecil dari 0,30, maka item tersebut dinyatakan tidak valid, dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis berikutnya atau instrumen tersebut dihilangkan dari pengukuran variabel. Pengujian validitas dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dengan menelaah nilai *Pearson correlation*. Setelah ditemukan bahwa pernyataan-pernyataan (butir) yang digunakan penelitian ini valid, maka selanjutnya pernyataan yang dinyatakan valid diuji reliabilitasnya.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Koef validitas	Titik krits	Kesimpulan
Gaya Hidup (X1)	P1	0.658	0,3	valid
	P2	0.558	0,3	valid
	P3	0.634	0,3	valid
	P4	0.610	0,3	valid
	P5	0.619	0,3	valid
	P6	0.494	0,3	valid
Sikap Konsumen (X2)	P1	0.543	0,3	valid
	P2	0.545	0,3	valid
	P3	0.566	0,3	valid
	P4	0.593	0,3	valid
	P5	0.593	0,3	valid
	P6	0.598	0,3	valid
Keputusan Pembelian (Y)	P1	0.676	0,3	valid
	P2	0.733	0,3	valid
	P3	0.743	0,3	valid
	P4	0.709	0,3	valid
	P5	0.700	0,3	valid

Sumber: data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan data diatassetiap item pertanyaan memiliki r lebih besar dari 0,30, maka item tersebut dinyatakan valid. Hal ini berarti, instrumen penelitian tersebut memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian, dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian.Setelah ditemukan bahwa pernyataan-pernyataan (butir) yang digunakan penelitian ini valid, maka selanjutnya pernyataan yang dinyatakan valid diuji reliabilitasnya.

3.2.4.2Uji Reliabilitas

Menurut Cooper (2006:716) reliabilitas adalah:

"*Reliability is a characteristic of measurenment concerned with accuracy, precision, and consistency".*

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data.Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrument. Untuk menguji reliabilitas (keandalan) kuesioner dalam penelitian ini digunakan teknik belah dua (*split half Method*) skor pernyataan (*statement*) bernomor ganjil genap, dengan teknik korelasi *spearman-brown correlation.*

Cara kerjanya adalah sebagai berikut:

1. Item dibagi menjadi 2 secara acak (misalnya item ganjil dan genap). Kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan II
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlah sehingga dapat skor total untuk setiap kelompok I dan II.
3. Korelasikan skor total kelompok I dan skor kelompok II.
4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

Keterangan:

r_i= Koefisien reliabilitas *Spearman Brown*

r_b= Koefisien korelasi antara belahan pertama (genap) dan kedua (ganjil).

Untuk melihat andal atau tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas.Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0.70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (*reliable).*

Tabel 3.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koef reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Gaya hidup (X1)	0,816	0,7	Reliabel
Sikap konsumen (X2)			
Keputusan Pembelian (Y)	0,702	0,7	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan data diatas semua variabel memiliki koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (*reliabel*).

3.2.4.3 Transformasi Data menjadi Skala Interval (MSI)

Teknik analisis *Structural Equation Model* (SEM) memerlukan syarat bahwa data mempunyai tingkat pengukuran sekurang-kurangnya interval.Oleh karena itu data yang memiliki tingkat pengukuran ordinal harus ditransformasikan menjadi interval. Untuk mengubah tingkat pengukuran dari ordinal menjadi interval dilakukan melalui *Methode Succesive Interval* (MSI) dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Berdasarkan jawaban responden, untuk setiap pernytaan, hitung frekuensi setiap jawaban.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, hitung proporsi setiap jawaban.

3. Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Untuk setiap pernyataan, tentukan nilai batas untuk Z pada setiap pilihan jawaban.
5. Hitung nilai numeric penskalaan (scala value) untuk setiap pilihan jawaban melalui rumus sebagai berikut ini :

$$ScalaValue = \frac{DensityatLowerLimit - DensityatUpperLimit}{AreaatBelowUpperLimit - AreaatBelowLowerLimit}$$

6. Hitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban dengan persamaan berikut :

$$Score = ScaleValue + ScaleValueMinimum + 1$$

3.2.5. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengolahan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai (*Scorring*) sesuai dengan sistem yang diterapkan. *Scorring* dilakukan dengan menggunakan skala Likert 5-4-3-2-1.

1. Analisis Kualitatif/Deskriptif

Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana gaya hidup, sikap dan keputusan pembelian.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasi dalam lima alternatif jawaban yang menggambarkan peringkat jawaban.
b. Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor seluruh indikator variabel untuk semua jawaban responden,
c. Dihitung skor setiap variabel / subvariabel = rata-rata dari total skor.
d. Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk ataupun grafik.
e. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

$$\frac{skor\ aktual}{skor\ ideal} x\ 100\%$$

Keterangan:

- Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.

- Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 3.4

Kriteria presentase Tanggapan Responden

% Jumlah Skor	Tingkat kriteria
20.00% - <36.00%	Sangat Tidak Baik, Sangat Rendah
36.01% - <52.00%	Tidak Baik, Rendah
52.01% - <68.00%	Cukup Baik, Cukup
68.01% - <84.00%	Baik, Tinggi
84.01% - <100%	Sangat Baik, Sangat Tinggi

Sumber : (Umi Narimawati, 2007:85)

2. Analisis Kuantitatif (Verifikatif)

Dalam penelitian ini analisis kuantitatif yang digunakan peneliti adalah untuk Mengetahui pengaruh antara variabel X1 (gaya hidup) dan X2 (sikap) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) serta seberapa besar pengaruhnya. Adapun metode analisa Korelasi RankSpearman, Regresi Linear berganda dan Koefisien Determinasi.

Selanjutnya untuk mengolah data-data tersebut peneliti menggunakan beberapa metode antara lain:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Jonathan Sarwono (2006:79) pengertian regresi linear berganda:

"Regresi linier berganda mengestimasi besarnya koefisien-koefisien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linier yang melibatkan dua variabel bebas untuk digunakan sebagai alat prediksi besarnya nilai variabel tergantung."

Analisis regresi berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk mengetahui besarnya pengaruh gaya hidup dan sikap terhadap keputusan pembelian. Persamaan yang menyatakan bentuk hubungan antara *variable independent* (X) dan *variable dependent* (Y) disebut dengan persamaan regresi.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dampak daripenggunaan analisis regresi, adalah untuk memutuskan apakah naik danturunnya variabel independen gaya hidup dan sikap konsumen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan variabel dependen pengambilan keputusan

Bentuk persamaan dari regresi linier berganda ini yaitu :

$$\hat{Y} = \beta 0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

$\hat{Y}$ = *Keputusan pembelian*

X_1 = *Gaya Hidup*

X_2 = *Sikap konsumen*

β_0 = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

Jika $b_1$dan $b_2$positif, maka hal ini menunjukkan hubungan yang searah antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain peningkatan atau penurunan besarnya variabel bebas akan diikuti oleh peningkatan atau penurunan

besarnya variabel terikat. Sedangkan jika nilai $b_1$dan $b_2$negatif berarti menunjukkan hubungan yang berlawanan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain setiap peningkatan besarnya nilai variabel bebas akan diikuti oleh penurunan besarnya nilai variabel terikat, dan sebaliknya.

b. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel. Korelasi juga tidak menunjukkan hubungan fungsional. Dengan kata lain, analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dalam analisis regresi, analisis korelasi yang digunakan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen selain mengukur kekuatan asosiasi (hubungan).

Angka korelasi berkisar antara 0 sampai dengan 1. Kuat atau lemahnya hubungan kedua variabel ditentukan oleh besarnya kecilnya angka korelasi. Keeratan variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Koefisien korelasi mempunyai nilai $-1 \leq r \leq +1$ dimana:

- Apabila r = +1, maka korelasi antara kedua variabel dikatakan sangat kuat dan searah, artinya jika X naik sebesar 1 maka Y juga akan naik sebesar 1 atau sebaliknya.
- Apabila r = 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lebar atau tidak ada hubungan sama sekali.

- Apabila r = -1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan berlawanan arah, artinya apabila X naik sebesar 1 maka Y akan turun sebesar 1 atau sebaliknya.

Untuk dapat memberi interpretasi terhadap seberapa kuat hubungan itu maka digunakan pedoman seperti tertera pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.5
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: (Sugiono, 2006:183)

Langkah-langkah perhitungan uji statistik dengan menggunakan analisis korelasi dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Koefisien korelasi parsial X1

Koefisien korelasi parsial antar X_1 terhadap Y, bila X_2 dianggap konstan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r x_1 y = \frac{r x_1 y - r x_2 y \; r x_1 x_2}{\sqrt{[1 - r x_2 y^2][1 - r x_1 x_2{}^2]}}$$

b. Koefisien korelasi parsial X2

Koefisien korelasi parsial antar X_2 terhadap Y, apabila X_1 dianggap konstan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$rx_2y = \frac{rx_2\,y - rx_1y\ rx_1x_2}{\sqrt{[1 - rx_1y^2][1 - rx_1{x_2}^2]}}$$

c. Koefisien korelasi secara simultan

Koefisien korelasi simultan antar X_1 dan X_2 terhadap Y dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$rx_1X_2 = \sqrt{\frac{r^2X_1Y + r^2X_2Y - 2rX_1Y.rX_2Y}{(1 - r^2X_1X_2)}}$$

c. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel "X" terhadap variabel "Y" dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi. Adapun rumus untuk mencari koefisien determinasi adalah:

Kd = r^2 x 100%

Keterangan :

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien *korelasi (pearson)*

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

Pengaruh tinggi rendahnya koefisien determinasi tersebut digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Guilford yang dikutip oleh Supranto (2001:227) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.6
Tinggi rendahnya koefisien determinasi

Pertanyaan	Keterangan
> 4%	Pengaruh rendah sekali
5%-16%	Pengaruh rendah tapi pasti
17%-49%	Pengaruh cukup berarti
50%-80%	Pengaruh Tinggi atau kuat
> 80%	Pengaruh Tinggi sekali

Sumber : (Supranto, 2001:227)

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol dan hipotesis alternatif, penelitian uji statistik dan perhitungan nilai uji statistik, perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan.

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan adatidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (Ho) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan hipotesis alternatif (Ha) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independen (X) yaitu gaya hidup (X_1) dan sikap (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y), dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

a. Uji F

Hipotesis simultan antara variabel bebasPengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen terhadapKeputusan pembelianyang merupakan variabel terikat.

Ho : $\beta_1 \beta_2 = 0$: gaya hidup dan sikaptidak berpengaruh yangsignifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Bladepada PD Tridjaya Motor Pagaden.

Ha : $\beta_1 \beta_2 \neq 0$: gaya hidupdan sikapberpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadapkeputusan pembelian sepeda motor Honda Bladepada PD Tridjaya Motor Pagaden.

Dapat dihitung menggunakan rumus uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 (n - k - l)}{K - (1 - R^2}$$

Dimana:

R = koefisien kolerasi ganda

K = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

b. Uji t

1. Hubungan X1 dan Y

Hipotesis parsial antara variabel bebasPengaruh gaya hidupterhadap keputusan pembelian yang merupakan variabel terikat.

H0 : $\beta_1 = 0$: gaya hiduptidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Ha : $\beta_1 \neq 0$: gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dapat dihitung menggunakan rumus uji t sebagai berikut:

$$t_1 = r_1 y \sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_1 y^2)}}$$

Dimana: r = korelasi parsial yang ditentukan

n = jumlah sampel

t = t_{hitung}

2. Hubungan X2 dan Y

Hipotesis parsial antara variabel bebas sikap terhadap keputusan pembelian yang merupakan variabel terikat.

H0 : $\beta_2 = 0$: sikap tidak berpengaruh signifikan terhadapKeputusan pembelian konsumen.

Ha : $\beta_2 \neq 0$: sikap berpengaruh signifikan terhadapKeputusan pembelian konsumen.

Dapat dihitung menggunakan rumus uji t sebagai berikut:

$$t_2 = r_2 y \sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_2 y^2)}}$$

Dimana: r = korelasi parsial yang ditentukan

n = jumlah sampel

t = t_{hitung}

3. Menggambar Daerah Penerimaan dan Penolakan

Untuk menggambar daerah penerimaan atau penolakan maka digunakan kriteria sebagai berikut :

Hasil t_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan kriteria :

a) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Haditerima artinya antara variabel X dan variabel Y ada pengaruhnya.

b) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada pengaruhnya.

c) t hitung; dicari dengan rumus perhitungan t hitung, dan

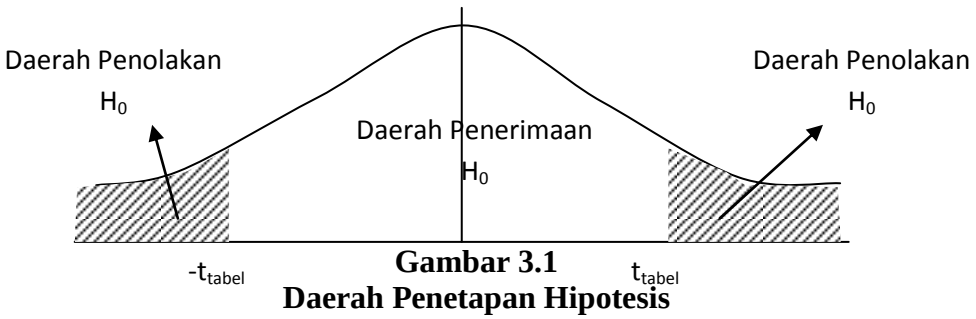
d) t tabel; dicari di dalam tabel distribusi t *student* dengan ketentuan sebagai berikut,$\alpha = 0{,}05$ dan dk = (n-k-1) atau 24-2-1=21

Hasil Fhitung dibandingkan dengan F_{tabel} dengan kriteria :

a) Tolak ho jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada alpha 5% untuk koefisien positif.

b) Tolak Ho jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada alpha 5% untuk koefisien negatif.

c) Tolak Ho jika nilai F-sign <α),05.



Gambar 3.1
Daerah Penetapan Hipotesis