BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:32) pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut :

> "Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Sesuai dengan pengertian diatas bahwa pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah. Objek dalam penelitian ini adalah Pengaruh Gaya Hidup dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya.

Menurut sugiyono (2011:3) pengertian metode penelitian adalah sebagai berikut:

> "Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Jenis penelitian yang digunakan dalam peneltian ini adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang dilakukan

untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu dengan variabel yang lainnya. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2011:199) adalah sebagai berikut:

> "Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi".

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah satu sampai tiga. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data dapat dikumpulkan, dianalisis, dan ditarik kesimpulan dengan teori-teori yang telah dipelajari, untuk kemudian ditarik kesimpulan.

Pengertian metode kuantitatif menurut sugiyono (2010:8) adalah sebagai berikut:

> "Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandasan pada sampel filsafat positivisme digunakan untuk

menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Sedangkan pengertian metode kuantitatif menurut Kuncoro Mudrajad (2001:1) adalah sebagai berikut:

"Pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi".

Menurut sugiyono (2011:416) adalah sebagai berikut:

"Menentukan masalah atau potensi dan membuat rumusan masalah, melakukan kajian teori dan merumuskan hipotesis, mengumpulkan dan analisis data untuk menguji hipotesis, dan selanjutnya dapat dibuat kesimpulan berdasarkan hasil pengujian hipotesis".

Metode kuantitatif dilakukan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan regresi berganda. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian, shingga data tersebut akan di kumpulkan, diolah, dianalisis, dan diprosess lebih lanjut sesuai denga teori-teori yang telah dipelajari, jadi dari data tersebut akan dapat ditarik kesimpulan.

3.2.1 Desain Penelitian

Sebelum melakukan penelitian sangatlah perlu melakukan suatu perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan sistematis serta efektif.

Desain penelitian menurut Moh. Nazir (2005:84) menyatakan bahwa:

"Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian".

Adapun pengertian menurut Husein Umar (2000:54) adalah sebagai berikut:

> "Desain penelitian merupakan rencana dan struktur penyidikan yang dibuat sedemikian rupa agar diperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian".

Demikian halnya Umi Narimawati (2010:30) mengatakan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh serorang peneliti, dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu. Tahapan atau lankah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya dapat ditetapkan judul yang akan diteliti. Dalam penelitian ini permasalahan yang terjadi difokuskan pada gaya hidup. Dengan demikian dapat ditetapkan judul penelitian: Pengaruh gaya hidup dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Mengidentifikasi masalah yang terjadi. Dalam penelitian ini permasalahan yang berhasil diidentifikasi antara lain adalah pada perusahaan aktivitas dan minat gaya hidup.
3. Menetapkan rumusan masalah. Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data.

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang gaya hidup pada Ouval Research Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang Periklanan pada Ouval Research Bandung.
3. Bagaimana tanggapan konsumen tentang keputusan pembelian untuk membeli produk pada Ouval Research Bandung.
4. Berapa besar terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk pada Ouval Research Bandung.
5. Berapa besar terdapat pengaruh Periklanan terhadap keputusan pembelian pada Ouval Research Bandung.

4. Menetapkan tujuan penelitian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis tentang gaya hidup dan Periklanan terhadap keputusan pembelian.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori. Penulis menetapkan hipotesis dalam penelitian ini: pengaruh gaya hidup dan Periklanan terhadap keputusan pembelian.
6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan.
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder.

8. Malakukan analisis data. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif dan regresi linear berganda.
9. Melaporkan hasil penelitian.
10. Desain penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma hubungan variabel bebas secara bersamaan dengan satu variabel tergantung.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diuraikan desain penelitian ini antara lain sebagai berikut:

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horozon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive survey*	*Ouval Research*	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive survey*	*Ouval Research*	*Cross Sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive survey*	*Ouval Research*	*Cross Sectional*
T-4,5	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	*Ouval Research*	*Cross Sectional*
T-5	*Descriptive & Verificative*	*Descriptive Survey & Explanatory Survey*	*Ouval Research*	*Cross Sectional*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Narimawati Umi (2008:30) pengertian operasional variabel adalah sebagai berikut:

> "Operasionalisasi Variabel adalah proses penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat pnguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor".

Sedangkan menurut Sugiyono (2011:63) pegertian Variabel adalah sebagai berikut:

> "segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya".

Sesuai dengan judul penelitian yang diungkapkan oleh penulis yaitu Pengaruh gaya hidup dan Periklanan terhadap keputusan pembelian, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Idependen (X1) dan (X2)

   Menurut Sugiyono (2011:64) adalah sebagai berikut:

   > "Variabel independen yaitu variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen".

2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2011:64) adalah sebagai berikut:

> "Variabel dependen yaitu variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas".

Agar lebih jelas indikator tersebut dapat dituangkan dalam tabel operasional di bawah ini:

Tabel 3.2

Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Sumber	Skala
GAYA HIDUP (X1)	Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya dan indikator gaya hidup aktivitas, minat dan opini (Kotler dan Keller 2009 : 224)	1. Aktivitas	• Tingkat menghabiskan waktu belanja untuk gaya hidup	• Konsumen Ouval Research	ORDINAL
		2. Minat	• Tingkat produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan	• Konsumen Ouval Research	

		3. Opini	• Tingkat gaya hidup berdasarkan kualitas produk yang bermerek	• Konsumen Ouval Research	
PELAKSANAAN PERIKLA	Periklanan mengemukakan bahwasanya daya tarik ikalan harus mepunyai tiga sifat : Pertama iklan harus bermakna *(meaningful),* menunjukan manfaat – manfaat yang membuat produk lebih diinginkan atau lebih menarik bagi konsumen. Kedua, pesan iklan harus dapat dipercaya *(believable),* konsumen percaya bahwa produk tersebut akan memberikan manfaat seperti yang	4. *Meaningful*	• Tingkat Iklan bermakna dan menunjukan manfaat	• Konsumen Ouval Research	ORDINAL
		5. *Believable*	• Tingkat Iklan dapat dipercaya bahwa produk tersebut memberikan manfaat	• Konsumen Ouval Research	

N A N (X2)	dijanjikan dalam pesan iklan. Ketiga *distinctive,* bahwa pesan iklan lebih baik dibanding iklan merek pesaing (Kotler dan Amstrong, 2001 : 330)	6. *Distincti ve*	• Tingkat ikalan lebik baik dibanding iklan merek pesaing	• Konsume n Ouval Research	
K E P U T U S A N P E M B E L I A N (Y)	Keputusan pembelian merupakan konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk kosumsi pribadi dengan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku pasca pembelian (Kotler dan Keller,2009;235)	7. Pengena lan Masalah	• Tingkat masalah kebutuhan konsumen	• Konsume n Ouval Research	O R D I N A L
		8. Pencaria n Informa si	• Tingkat kesesuaian informasi produk	• Konsume n Ouval Research	
		9. Evaluasi Alternat if	• Tingkat membandi ngkan merek dengan informasi	• Konsume n Ouval Research	
		10. Keputus an Pembeli an	• Tingkat benar-benar membeli produk	• Konsume n Ouval Research	

		11. Perilaku Pasca Pembelian	• Tingkat kepuasan tidaknya konsumen terhadap produk	• Konsumen Ouval Research	

Jenis skala pengukuran yang digunakan yaitu ordinal, dimana pengertian menurut Zainal Mustafa (2009:55) adalah sebagai berikut:

> "Skala Ordinal merupakan suatu instrument yang menghasilkan nilai atau skor yang bertingkat atau berjuang (bergradasi)".

Dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukuer dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert. Skala liket menurut Sugiyono (2009:134) adalah sebagai berikut:

> "Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial".

Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuisioner yang diajukan untuk pernyataan positif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3

Pilihan Jawaban Kuisioner Positif

Keterangan	SKOR
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2011

Sedangkan atas pilihan jawaban untuk kuisioner yang diajukan untuk pernyataan negatif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4

Pilihan Jawaban Kuisioner Negatif

JAWABAN RESPONDEN	SKOR
Sangat Setuju	1
Setuju	2
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	5

Sumber : Sugiyono, 2011

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data ada dua yaitu data primer dan sekunder. Menurut Umar Husein (2005:41) menyatakan bahwa:

> “Data primer merupakan data yang didapat dari sekunder pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil dari pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primr atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram”.

Menurut Sugiyono (2012:137) menyatakan bahwa:

> “Sumber data penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data, dan sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

Berdasarkan dari penjelasan diatas, dapat dijelaskan bahwa sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dimana data yang diperoleh penulis merupakan data yang diperoleh secara langsung, dengan mengadakan penelitian dan kuesioner. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka penelitian melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu:

1. Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2012:117), adalah:

> "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".

Dapat disimpukan dari tabel 1.1 dari bab 1 bahwa rata-rata populasi dari data pengunjung selama 6 bulan yang berawal dari bulan Oktober sampai bulan Maret sekitar 8.715 Konsumen, pengunjung pada Ouval Research Bandung.

2. Sampel

Pengertian sample menurut Sugiyono (2012:118), adalah:

> "Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi".
>
> Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sttatified random sampling*. Adapaun *Sttatified random sampling* adalah metode penarikan sampel dengan terlebih dahulu mengklompokan populasi kedalam strata-strata berdasarka kriteria tertentu kemudian memilih secara acak sederhana setiap stratum (Vincent Gaspersz, 2000 : 63)

Metode penarikan sampel yang digunakan mengacu kepada pendekatan *solvin,* pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = batas kesalahan yang di toleransi (1%, 5%, 10%)

Berdasarkan rumus diatas sampel dihitung dari populasi data pengunjung pada table 1.1 dari bab 1 yaitu :

$$\text{n} = \frac{52.289}{1 + 52.289\ (0{,}1)^2} = \frac{52.289}{523{,}89}$$

= 99,80

= 100 (sudah dibulatkan)

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa sampel atau standar minimal untuk melakukan penelitian ini sebanyak 100 konsumen pada Ouval Research Bandung dan mengambil batasan kesalahan yang ditoleransi sebesar 10%.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan daya yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Lapangan (*Field Research*), yang dilakukan dengan cara mengadakan

peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder (data yang diambil langsung dari perusahaan)

Data primer ini didapat melalui teknik-teknik sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan (*Library Reseaerch*) yaitu untuk memperoleh data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.
2. Studi Lapangan (*Field Research*) yaitu dengan mencari dan memperoleh data dari perusahaan yang penulis teliti dengan cara:
    a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung dilapangan.
    b. Wawancara, yaitu dengan mengadakan tanya jawab pihak-pihak yang mempunyai kaitan langsung dengan objek yang diteliti.
    c. Kuesioner, yaitu alat penelitian berupa daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden.
    d. Dokumen, yaitu pengumpulan data dengan mencatat data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dari dokumen-dokumen yang dimiliki perusahaan.

Agar penelitian dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus dilakukan tahapan analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan sebuah analisis data dan pengjian hipotesis, terlebih dahulu peneliti akan menentukan

metode apa yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dan merancang metode untuk menguji sebuah hipotesis.

Untuk menilai kuesioner apakah vailid dan realibel maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

3.2.4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas digunaka untuk mengukur alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data menurut Sugiyono (2012:172) menjelaskan mengenai validitas adalah sebagai berikut:

> "Penelitian yang valid dan reliabel dengan instrumen yang valid dan reliabel. Hasil penelitian yang valid yaitu bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti".

Dari defenisi diatas validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Suatu alat ukur disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya di unkur. Uji validitas dalam penelitian ini yaitu untuk mengambarkan variabel Pengaruh gaya hidup (X_1) dan Periklanan (X_2).

Tabel 3.5

Standar Penilaian untuk validitas

	Validity
Good	0,50
Acceptable	0,30
Marginal	0,20
Poor	0,10

Sumber : Barker et al, 2002:70

Secara teknis valid tidaknya suatu butir pernyataan dinilai berdasarkan kedekatan jawaban responden pada pernyataan tersebut dengan jawaban responden pada pernyataan lainnya. Nilai jawaban responden diukur menggunakan koefisien lebih besar atau sama dengan 0,30. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan rumus korelasi *pearson product moment* (r).

Seperti dilakukan penguji lebih lanjut, semua item pernyataan dalam kuesioner harus diuji keabsahannya untuk menentukan valid tidaknya suatu item. Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diungkapkan. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi *pearson product moment.* Untuk mempercepat dan mempermudah penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer dengan metode korelasi untuk mencari koefisien korelasi antara variabel dengan rumus sebagai berikut:

$$rx = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x) - (\sum y)}{N}}{\sqrt{[n\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}]\,[\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}}}$$

Sumber: Umi Narimawati 2010:42

Keterangan:

r = Koefisien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Berdasarkan hasil pengolahan mengunakan *software SPSS 17 for windows* diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 3.6

Hasil Uji Validitas Kuesioner Gaya Hidup

Butir Pernyataan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0,467	0,30	Valid
Item 2	0,503	0,30	Valid
Item 3	0,608	0,30	Valid

Sumber: Kuesioner (data diolah)

Tabel 3.7

Hasil Uji Validitas Kuesioner Pelaksanaan Periklanan

Butir Pernyataan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 4	0,489	0,30	Valid
Item 5	0,595	0,30	Valid
Item 6	0,529	0,30	Valid

Sumber: Kuesioner (data diolah)

Tabel 3.8

Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian

Butir Pernyataan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 7	0,381	0,30	Valid
Item 8	0,465	0,30	Valid
Item 9	0,475	0,30	Valid
Item 10	0,496	0,30	Valid
Item 11	0,492	0,30	Valid

Sumber: kuesioner (data diolah)

Pada ketiga tabel diatas dapat dilihat nilai koefisien korelasi setiap butir pernyataan dengan total item lainnya lebih besar dari nilai 0,30, hasil uji ini memprediksikan bahwa semua butir pernyataan yang diajukan pada ketiga variabel valid dan layak digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian dan dapat diikutsertakan pada analisis selanjutnya.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Pengertian menurut Sugiyono (2011:178), reabilitas adalah:

> "Instrumen yang reliabe adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama dan derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu".

Selain memiliki tingkat kesahihan (validitas) alat ukur juga harus memiliki kekonsistenan. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukan tingkat ketepatan, keakuratan, kesetabilan, atau kekonsistensian alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari kelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Uji reliabilitas dilakukan terhadapat pernyataan yang suadah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas mengunakan teknik *Spearman Brown (Spilt Half)* dan Anova Hoyt Teknik ini yaitu melakukan dengan belah dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang mana sama besar ya yaitu dengan berdasarkan pemilihannnya genap dan ganjil. Cara kerjanya adalah sebagai berikut:

a. Item dibagi dua secara acak (misalnya ite ganjil dan genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.
b. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II

$$\frac{2\Gamma b}{1+\Gamma b}$$

Sumber: Narimawati Umi, (2010:44)

d. Hitungan angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Gamma 1 = \frac{2\Gamma b}{1+\Gamma b}$$

Sumber: Narimawati Umi, (2010:44)

Keterangan:

Γ1 = reliabilitas internal seluruh item

Γ*b* = korelasi product moment antar belahan pertama dan belahan kedua

Tabel 3.9

Standar Penilaian untuk Reliabilitas

	Reability
Good	0,80
Acceptable	0,70
Marginal	0,60
Poor	0,50

Sumber: Barker et al, (2002:70)

Dalam hal ini selain valid instrument penelitian juga harus memiliki keandalan, keandalan instrumenrt penelitian menunjukan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yag relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah.

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan *software SPSS 17 for windows* diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.10

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Kuesioner	Koefisien Reliabilitas	Nilai Kritis	Keterangan
Gaya Hidup	0,706	0,70	Reliable
Pelaksanaan Periklanan	0,717	0,70	Reliable
Keputusan Pembelian	0,702	0,70	Reliable

Sumber: kuesioner (data diolah)

Hasil uji reliabilitas menunjukan bahwa kuesioner yang digunakan pada ketiga variable sudah andal karena memiliki koefesien reliabilitas lebih besar dari 0,70.

3.2.4.3 Uji MSI

Sehubungan dengan penelitian ini yang menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasional variabel sebelumnya, sedangkan syarat analisis dengan verifikatif uji statistik menggunakan korelasi pearson minimal bersekala interval, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval 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 perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan batas Z (tabel nominal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$Mean\ of\ Interval = \frac{(Dencity\ at\ Lower\ Limit) - (Dencity\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Bellow\ Lower\ Limit)}$$

Dimana :

Mean of Interval = Rata –rata interval

Dencity at Lower Limit = Kepadatan batas bawah

Dencity at Upper Limit = kepadatan batas atas

Area Under Uper limit = Daerah di bawah batas atas

Area Under Lower Limit = daerah di bawah batas bawah

Data penelitian yang sudah bersekala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Adapun di dalam proses pengolahan data MSI tersebut, penelitian menggukan bantuan program *software* MSI oleh komputer.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Menurut Sugiyono (2010:41), analisis dapat di defenisikan sebagian :

"Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data dalah : mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data dari tiap variabel yang di teliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah di ajukan".

3.2.5.1.1 Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan jenis atau alat bentuk penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan dengan melakukan kuesioner pada responden. Penelitian Deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan pada perusahaan serta dengan konsumen berdasarkan fakta-fakta yang akan di olah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh kesimpulan. Metode kualitatif yaitu metode pengolahan data yang menjelaskan pengaruh dan hubungan yang dinyatakan dengan kalimat.

$$\% \text{ Skor} = \frac{Skor\ ideal}{Skor\ actual} x\ 100\%$$

Sumber : Umi Narimawati (2007 : 84)

Keterangan:

a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Tabel 3.11

Kriteria Presentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Tidak Baik
2	36.01 – 52.00	Kurang Baik
3	52.01 – 68.00	Cukup
4	68.01 – 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007 : 84)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Penelitian verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik dari data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner yang akan di olah dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini data yang di dapat dari kuisioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data di perlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan diskala interval melalui *"Metdhode of Successive Interval"* (Hays, 1968 :39).

3.2.5.1.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Metode analisis regresi linear sederhana berguna untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y).

Menurut Sugiyono (2010;210) analisis regresi digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Persamaan regresinya adalah :

$Y = \alpha + \beta_1 X_1$
$Y = \alpha + \beta_2 X_2$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

α = Konstanta dari persamaan regresi

β_1 = Koefesien regresi dari variabel X_1

β_2 = Koefesien regresi dari variabel X_2

X_1, X_2 = Variabel independen

3.2.5.1.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi

apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011 :181)

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance),* yaitu :

a. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal
b. Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi tidak berdistriusi secara normal

3.2.5.1.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinearitas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebarnya. Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terdapat variabel terkaitnya (Mandala, 2001 : 268-270) dalam Erwan Agus purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti 2011 : 198) jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen aka konsekuensinya adalah :

1. Koefisien-koefisien regresi tidak dapat ditaksir.
2. Nilai standar *error* setiap koefisien regresi menjadi tidak tak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang

mengakibatkan standar *error* nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut Gujarati (2003 : 362), jika nilai *VIF* nya kurang dari 10 maka data tidak terdapat Multikolinieritas.

3.2.5.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (2005 : 406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efesien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas digunakan uji Rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error)* ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Selain itu, dengan menggunakan program SPSS, heteroskedastisitas juga bisa dilihat dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika tidak membentuk pola tertentu yang teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.2.5.1.4 Analisis Korelasi Parsial

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel. Korelasi jugatidak 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).

Sedangkan untuk mencari koefesien korelasi antara variabel X_1 dan Y, Variabel X_2 dan Y, X_1 dan X_2 sebagai berikut:

$$r x_1 y = \frac{n(\sum x_1 y) - (\sum x_2 \sum y)}{\sqrt{[n \sum {x_1}^2 - (\sum x_1)]\,[n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

$$r x_2 y = \frac{n(\sum x_2 y) - (\sum x_2 \sum y)}{\sqrt{[n \sum {x_2}^2 - (\sum x_1)]\,[n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

$$r x_1 y = \frac{n(\sum x_1 y) - (\sum x_2 \sum y)}{\sqrt{[n \sum x_1 x_2 - (\sum x_1)^2]\,[\sum {y_2}^2 - (\sum y)^2}}$$

Sumber: Nazir (2003:464)

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

a. Koefisien korelasi parsial

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

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

   Sumber: Nazir (2003:464)

b. Koefisien korelasi parsial

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

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

Sumber: Nazir (2003:464)

Berdasarkan koefisien korelasi adalah -1≤ r ≤ 1 :

a. Apabila (-) berarti terdapat hubungan negatif.
b. Apabila (+) berarti terdapat hubungan positif.

Interprestasi dari nilai koefisien korelasi :

a. Kalau r = -1 atau mendekati -1, maka hubungan antara kedua variabel kuat dan mempunyai hubungan yang berlawanan (jika X naik maka Y turun atau sebaliknya)
b. Kalau r = +1 atau mendekati +1, maka hubngan yang kuat antara variabel X dan variabel Y dan hubungannya searah.

Sedangkan harga r akan dikonsultasikan dengan tipe interprestasi bilai r sebagai berikut :

Tabel 3.12

Pedoman untuk Memberikan Interprestasi

Koefisiensi Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0,21 - 0,40	Korelasi yang Lemah
0,41 - 060	Korelasi Sedang
0,61 - 0,80	Korelasi Cukup Kuat
0,81 - 1,00	Korelasi Sangat kuat

Sumber: Syahri Alhusin, 2003 :157

3.2.5.1.5 Koefisiensi Determinasi

Analisis Koefisiensi determinasi (KD) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam presentase.

Besarnya koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = (r)^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = Seberapa persen perubahan variabel Y dipergunakan oleh variabel X

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi

3.2.5.1.6 Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah mengenai ada atau tidaknya pegaruh yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti, dimana nol (H_0) merupakan tentang adanya pengaruh, yang pada umumnya dirumuskan untuk ditolak sedangkan hipotesis tandingan (H_i) merupakan hipotesis penelitian.

Sehingga penelitian sebagai alat untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independen (X_1) yaitu Gaya Hidup dan Pelaksanaan Periklanan (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependen (Y), hipotesis yang diuji dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t)

   Untuk menguji koefesien regresi secara parsial dari variabel –variabel bebas (X) terhadapa variabel terikat (Y), selanjutnya pengujian dilakukan dengan menggunakan uji statistik t dengan langkah-langkah sebagai berikut :

   a) Menentukan hipotesis parsial antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Ouval Research Bandung. Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah :

      $H_{01} : \beta = 0$ Tidak terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Ouval Research Bandung.

H_{11} : $\beta \neq 0$ Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Ouval Research Bandung.

b) Menetukan hipotesis parsial antara promosi produk terhadap keputusan pembelian pada Ouval Research Bandung. Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah :

H_{02} : $\beta_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh pelaksanaan periklanan terhadap keputusan pembelian pada Ouval Research Bandung.

H_{12} : $\beta_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh pelaksanaan periklanan terhadap keputusan pembelian pada Ouval Research Bandung.

Nilai t Hitung dapat dicari dengan persamaan sebagai berikut :

$$t1 = rX1Y\sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r2X1Y)}} \quad \text{Dan} \quad t2 = rX2Y\sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r2X1Y)}}$$

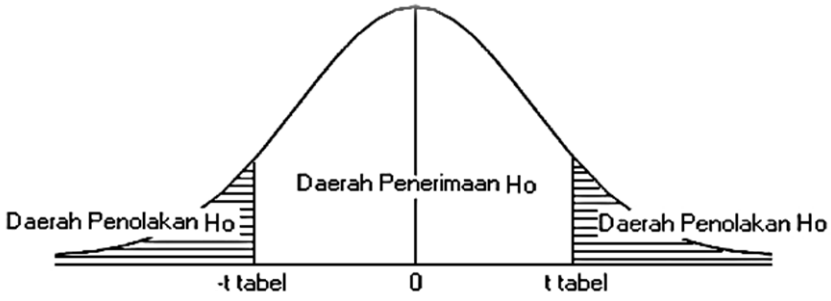
Kriteria dari pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut :

H_0 ditolak apabila t_{hitung} < dari t_{tabel} ($\alpha = 0{,}05$)

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk di uji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} \geq$ dari t_{tabel} maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti H_a diterima artinya diantara variabel X dan Variabel Y ada hubungannya.
b. Jika $t_{hitung} \leq$ dari t_{tabel} maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti H_a ditolak artinya diantara variabel X dan Variabel Y tidak ada hubungannya.

Berikut ini gambar yang memperlihatkan daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_a :



Sumber : Sugiyono (2009 : 185)

Gambar 3.1

Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0