BAB III

METOD0LOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Husein umar (2005:303) mengemukakan bahwa : Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu".

Objek dalam penelitian ini adalah CV. Tunggal Jaya Motorindo Serang Banten, karena berkaitan dengan objek penelitian yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Media Iklan Televisi, Surat Kabar dan Spanduk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada sepeda motor Yamaha Vega R". (**Suatu Survey Pada Konsumen Pengguna Sepeda Motor Yamaha Vega R di CV. Tunggal Jaya Motorindo Serang Banten**).**

Dalam penelitian ini penulis mengemukakan 2 variabel independen dan 1 variabel dependen yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen (*independent variable*) atau variabel bebas, yaitu variabel yang mempengaruhi variabel dependen (tidak bebas). Variabel Independen (Variabel X) dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Media Iklan.
2. Variabel dependen (*Dependent variable*) atau variabel tidak bebas, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen (Variabel Y) dalam penelitian adalah keputusan pembelian konsumen.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu. (Umi Narimawati, 2008:127)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono Penelitian Deskriptif (2005:21)

> 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 variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y yang di teliti.

Menurut Sugiyono Penelitian Verifikatif (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 X1 dan X2 terhadap variabel Y yang di teliti.

Dalam hal ini dimana variabel X1 adalah pengaruh kualitas produk, variable X2 adalah media iklan dan variabel Y adalah keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan memperoleh gambaran tentang variabel kualitas produk dan media iklan dan serta keputusan pembelian. Sedangkan, pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif, karena data pengaruh kualitas produk, media iklan dan keputusan pembelian yang diperoleh dari penelitian ini berupa data kuantitatif.

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 seberapa besar pengaruh kualitas produk dan media iklan terhadap keputusan pembelian membeli sepeda motor Yamaha Vega R pada CV. Tunggal Jaya Motorindo Serang Banten.

Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data tersebut akan di kumpulkan, diolah, dianalisis dan diproses lebih lanjut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, dan dari data tersebut akan dapat ditarik kesimpulan.

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian, perlu dibuat desain penelitian yang bertujuan agar data dan informasi yang diperoleh lengkap dan akurat. Selain itu dalam melakukan suatu penelitian sangat diperlukan perencanaan dan perancangan penelitian, sehingga penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis sesuai dengan yang diharapkan penulis.

Menurut Moh. Nazir dalam buku Metode Penelitian (2005:84), adalah sebagai berikut:

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

Langkah-langkah desain penelitian adalah :

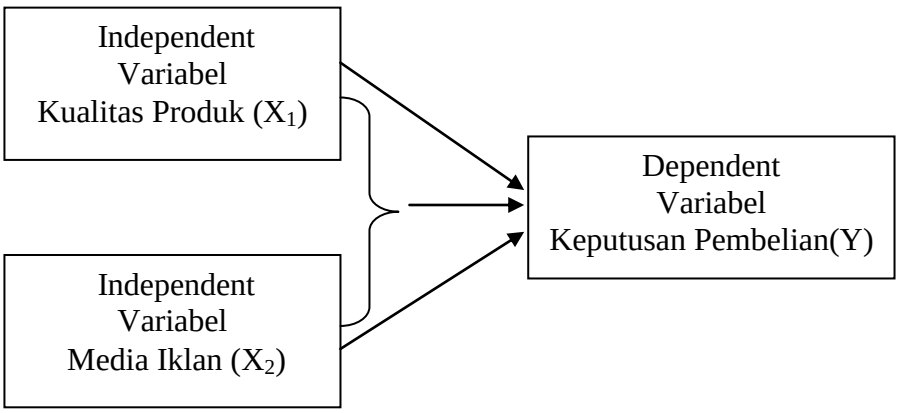
1. Menetapkan permasalahan terjadi turunnya omzet penjualan sepeda motor Yamaha Vega R sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian. Dalam penelitian ini permasalahan yang terjadi difokuskan pada faktor psikologis. Dengan demikian dapat ditetapkan judul penelitian : Pengaruh Kualitas Produk dan Media Iklan

Televisi, Surat Kabar dan Spanduk terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Vega.

2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi. Dalam penelitian ini permasalahan yang berhasil diidentifikasi antara lain adalah faktor psikologis yang menjadi kualitas produk dan media iklan televisi, surat kabar dan spanduk dalam keputusan pembelian.
3. Menetapkan rumusan masalah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh kualitas produk secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Vega R.
4. Menetapkan tujuan penelitian. Tujuan penelitian ini adalah Untuk menganalisis Kualitas produk dan media iklan televise, surat kabar dan spanduk secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Vega R.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori. Hipotesis penelitian ini adalah kualitas produk dan media iklan televise, surat kabar dan spanduk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Vega R.
6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variable penelitian yang digunakan. Menyusun desain penelitian untuk menganalisis data-data yang telah diperoleh serta menguji kebenaran hipotesis, baik secara manual maupun menggunakan komputer.

7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder.
8. Melakukan analisis data. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan Verifikatif, serta Uji Korelasi *(Pearson),* analisis regresi berganda dan Koefisien Determinasi.
9. Melakukan pelaporan hasil penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut :



Gambar 3.1
Desain Penelitian

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 dua 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 yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) ". Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independen (X) adalah Pengaruh kualitas produk dan media iklan

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 independen (Y) adalah Keputusan pembelian".

Adapun tabel operasionalisasi sesuai dengan kedua variabel ini terdapat pengembangan dari variabel menjadi konsep dan indikator seperti yang tergambar pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Produk (Variabel X1)	Kualitas produk yaitu segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan yang di tawarkan suatu perusahaan yang berbeda untuk orang yang berbeda dan tergantung pada waktu dan tempat / sering dikatakan. Zeithalm dalam	• Mudah penggunaan Menetapkan • Daya tahan • Kejelasan fungsi	• Tingkat kemudahan penggunaan • Tingkat daya tahan produk • Tingkat kejelasan fungsi	**Ordinal**

	Nugroho (2002)	• Keragaman ukuran produk	• Tingkat keragaman ukuran produk	
Media iklan (Variabel X2)	Media iklan yaitu sebagai komunikasi non pribadi melalui bermacam-macam media yang dibayar oleh sebuah perusahaan bisnis, atau organisasi nirlaba, atau individu yang dalam beberapa cara terindentifikasi dalam pesan periklanan dan berharap menginformasikan atau membujuk anggota-anggota dari pemirsa tertentu. (Thomas W. Zimmerer, 2002, hal. 176)	• Televisi • Surat Kabar • Spanduk	• Tingkat kualitas isi berita • tingkat kualitas gambar • tingkat kualitas penempatan iklan • tingkat frekuensi terbit • tingkat kualitas lampu penerangan • tingkat kualitas ukuran huruf	**Ordinal**
Keputusan	Keputusan pembelian Merupakan suatu tahapan yang dilalui oleh seorang konsumen ketika membeli suatu produk Tahapan tersebut yaitu, (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi. (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli	• Pengenalan masalah • Pencarian informasi	• tingkat pencarian informasi • tingkat kebutuhan alat tranportasi • tingkat konsumen membandingkan suatu produk	**Ordinal**

Pembelian (Variabel Y)	atau tidak, (5) perilaku pascapembelian (Kotler, 2002:204)	• Evaluasi alternatif • Keputusan pembelian • Perilaku setelah pembelian	• tingkat pilihan alternative • tingkat ketepatan pemilihan kosumen • tingkat konsumen terpuaskan oleh produk • tingkat konsumen melakukan pembelian ulang	

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.

Menurut Sangadji & Sopiah (2010: 171) data primer merupakan "sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara).

Data primer dalam penelitian adalah variabel pengaruh kualitas produk, diperoleh dari para konsumen yang menggunakan sepeda motor Yamaha Vega R. Pengaruh media iklan, diperoleh langsung dari konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Vega R, dan pengambilan keputusan diperoleh dari konsumen yang menggunakan sepeda motor Yamaha Vega R sebagai sampel penelitian.

Menurut Sangadji & Sopiah (2010: 172) data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).

Menggunakan data sekunder karena peneliti mengumpulkan informasi data yang telah diolah oleh pihak lain dan juga informasi mengenai data-data terkait dengan CV. Tunggal Jaya Motorindo Serang Banten

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Sebelum menentukan penentuan data yang akan dijadikan sampel, terlebih dahulu dikemukakan tentang populasi dan sampel.

1. Populasi

Populasi adalah "Objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai unit analisis penelitian.

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti, karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian Ferdinand, (2006:223).

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli sepeda motor Yamaha Vega R pada CV. Tunggal Jaya Motorindo Serang Banten yang berjumlah 110 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian. Sedangkan menurut Ferdinand, (2006) Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini

diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu harus membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.

Selanjutnya untuk menentukan teknik pengambilan sampel dari populasi menggunakan metode *accidental* Ferdinan, (2006). Metode penarikan sampel juga dilakukan karena untuk pengisian kuesioner ini yang akan dijadikan responden adalah yang memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Seluruh pembeli sepeda motor Yamaha Vega R pada CV. Tunggal Jaya Motorindo Serang Banten yang berjumlah 110 orang.
2. Bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.

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

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

e : Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 1%, 5%, 10%).

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat diketahui sampel yang akan diambil dalam penelitian ini melalui perhitungan berikut :

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

$$\frac{110}{1 + (110x0.1^2)} = \mathbf{52,38}$$

$$= \mathbf{53}$$

Namun demikian, agar ukuran sampel yang diperlukan lebih representative maka ukuran sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 60 responden. Sedangkan untuk menilai pengaruh kualitas produk, data diperoleh dengan mengkombinasikan tanggapan konsumen atas pengaruh media iklan yang menggunakan sepeda motor Yamaha Vega R.

3.2.4. Teknik Pengumpulan Data

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

a. Obvervasi (Pengamatan langsung)

Melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan CV. Tunggal Jaya Motorindo Serang Banten yang berhubungan dengan variabel penelitian. Hasil dari observasi dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan**.**

b. Wawancara atau interview

Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

Penulis mengadakan hubungan langsung dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Dalan teknik wawancara ini, penulis mengadakan Tanya jawab kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi. Informasi itu berupa yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan media iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Vega R pada CV. Tunggal Jaya Motorindo Serang Banten.

c. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik. Kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditunjukkan kepada responden yang berhubungan dengan penelitian ini. Hasil dari kuesioner ini yaitu berupa data-data mengenai pengaruh kualitas produk dan media iklan terhadap pengambilan keputusan membeli sepeda motor Yamaha Vega R pada CV. Tunggal Jaya Motorindo Serang Banten.

d. Dokumentasi

Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan. Mulai dari literature, buku-buku yang ada. Adapun dokumen-dokumen yang menggambar sejarah CV. Tunggal Jaya Motorindo Serang Banten, dokumen yang menerangkan struktur organisasi, dan laporan data penjualan CV. Tunggal Jaya Motorindo Serang Banten.

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 digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut Imam Ghozali,(2002). Misalnya dalam mengukur keputusan pembelian suatu produk di mata konsumen diukur dalam satu pernyataan berupa satu pertanyaan tiap indikator. Untuk mengukur variabel keputusan pembelian jawaban responden dikatakan valid apabila item-item dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. Dalam uji validitas dapat digunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dan dapat pula digunakan rumus teknik korelasi *product moment* Husein Umar, (2003 : 84) :

$$\mathbf{r_{xy}} = \frac{\sum \mathbf{xy}}{\sqrt{(\sum \mathbf{x^2})(\sum \mathbf{y^2})}}$$ atau persamaan korelasi

$$\mathbf{r_{xy}} = \frac{\mathbf{N}\sum \mathbf{xy} - \sum \mathbf{x}\sum \mathbf{y}}{\sqrt{[\mathbf{N}\sum \mathbf{x^2} - (\sum \mathbf{x})^2 \mathbf{N}\sum \mathbf{y^2} - (\sum \mathbf{y})^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien validitas yang dicari
X : Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
Y : Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
N : jumlah Subjek

Bila skor korelasi (r) >= 0.3 maka item tersebut valid.

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Corelation Pearson* dalam SPSS. Jika nilai signifikansi (P Value)>0,05 maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan apabila nilai signifikansi (P Value) < 0,05 maka terjadi hubungan yang signifikan

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 :

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

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.

Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Ghozali, (2006).

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

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.

Menurut Cooper (2006:716) reliabilitas adalah:

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

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Imam Ghozali, (2002).

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).

3.2.4.3 Uji MSI (data ordinal ke interval)

Untuk langkah – langkah dalam melakukan transformasi data dari skala ordinal menjadi interval melalui *Methode Succesive Interval* (MSI), adalah sebagai berikut:

a. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
b. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
c. Menghitung nilai Z (table distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data>30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
d. Hitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai Z pada rumus distribusi normal.
e. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method of Succesive Interval*.

$$Means\ of\ Interval = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Under\ Upper\ Limit) - (Area\ Under\ Lower\ Limit)}$$

Dimana:

Mean of Interval	: Rata-rata interval
$Density\ at\ Lower\ Limit$	: Kepadatan atas bawah
$Density\ at\ Upper\ Limit$	: Kepadatan batas atas
$Area\ Under\ Upper\ Limit$	: Daerah di bawah atas
$Area\ Under\ Lower\ Limit$	: Daerah di bawah atas bawah

f. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus:
Nilai Transformasi = Nilai skala + |Nilai Skala Minimum|_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

Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan bagaimana pengaruh kualitas produk dan media iklan terhadap pengambilan keputusan membeli. Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik. Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut :

$$\frac{\text{Skor aktual}}{Skor\ ideal} \text{ x } 100\%$$

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.

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

Tabel 3.2
Kriteria Persentase Tanggapan Responden

% Jumlah Skor	Tingkat criteria
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*)

Analisis kuantitatif yaitu analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik. Analisis kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 2002) 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 kualitas produk dan media iklan terhadap pengambilan keputusan. 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 dari penggunaan analisis regresi, adalah untuk memutuskan apakah naik dan turunnya variabel *independent* kualitas produk dan media iklan dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan variabel *dependent* keputusan pembelian

Bentuk persamaan dari regresi linier berganda ini yaitu :

$$\mathbf{Y=a+b_1x_1+b_2x_2}$$

Keterangan :

Y = pengambilan keputusan

a = konstanta, merupakan nilai terikat yang dalam hal ini

adalahY pada saat variabel bebasnya adalah 0 (X1, X2 = 0)

X_1 = kualitas produk

X_2 = media iklan

b_1 = koefisien regresi berganda antara variabel bebas X_1 terhadap variabel terikat Y, apabila variabel bebas X_2 diangap konstan.

b_2 = koefisien regresi berganda antara variabel bebas X_2 terhadap variabel terikat Y, apabila variabel bebas X_1 diangap konstan.

Regresi linier berganda dengan dua variabel bebas X_1 dan X_2 metode kuadrat kecil memberikan hasil bahwa koefisien-koefisien a, b_1, dan b_2 dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$b_1 = \frac{\sum X'_1 Y' \sum X'^2_2 - \sum X'_2 Y' \sum X'_1 X'_2}{\sum X'^2_1 \sum X'^2_2 - \sum X'_1 X'_2{}^2}$$

$$b_2 = \frac{\sum X'_2 Y' \sum X'^2_1 - \sum X'_1 Y' \sum X'_1 X'_2}{\sum X'^2_1 \sum X'^2_2 - \sum X'_1 X'_2{}^2}$$

$$a = \bar{Y} - b_1 \bar{X}_1 - b_2 \bar{X}_2$$

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 *(Pearson)*

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 *independent variabel*

dengan *dependent variabel*. Dalam analisis regresi, analisis korelasi yang digunakan juga menunjukkan arah hubungan antara *independent variabel* dengan *dependent variabel* selain mengukur kekuatan asosiasi (hubungan).

Analisis korelasi adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar variabel. Arah dinyatakan dalam positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi. Nilai koefisien korelasi dapat dinyatakan $-1 \leq R \leq 1$ apabila :

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

Interprestasi dari nilai koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

a. Jika r = -1 atau mendekati -1, maka hubungan antara kedua variabel kuat dan mempunyai hubungan yang berlawanan (jika *independent variabel* naik, maka *dependent variabel* turun, dan jika variabel *independent variabel*, maka *dependent variabel* naik).
b. Jika r = +1 atau mendekati +1, maka terdapat hubungan yang kuat antara *independent variabel* dan *dependent variabel* dan hubungannya searah (jika *independent variabel* naik, maka *dependent variabel* naik, dan jika *independent variabel* turun, maka *dependent variabel* turun).

Sedangkan untuk mencari koefisien korelasi antara X_1 dan Y, X_2 dan Y, adalah sebagai berikut :

$$r_b = \frac{n\sum X_1 Y - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X_1^{\,2} - (\sum X_1)^2\}\{n\sum Y_1^{\,2} - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_b = \frac{n\sum X_2 Y - (\sum X_2)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X_2{}^2 - (\sum X_2)^2\}\{n\sum Y_2{}^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

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

Tabel 3.3
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 : J. Supranto 2005

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:

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\%}$$

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 3.4
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 ada tidaknya 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 kualitas produk (X_1) dan media iklan (X_2) terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y), dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka dalam penelitian ini dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Uji F

Uji F ini digunakan secara simultan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai r^2 telah diketahui selanjutnya akan diuji apakah nilai koefisien determinasi mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak. Adapun hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut :

- H_0 $\beta_1, \beta_2 = 0$: kualitas produk dan media iklan tidak berpengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada CV. Tunggal Jaya Motorindo Serang Banten.
- H_a $\beta_1, \beta_2 \neq 0$: kualitas produk dan media iklan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada CV. Tunggal Jaya Motorindo Serang Banten.

Nilai F hitung dapat dirumuskan dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

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

Dimana :

K = Derajat Kebebasan

n = Jumlah Responden

Nilai F dihitung dibandingkan dengan nilai F tabel berdasarkan tingkat signifikasi (α) = 5% dan derajat kebebasan pembilang = k dan derajat penyebut = n –k- 1. Kriteria pengujian hipotesis secara simultan adalah sebagai berikut :

Apabila F_{hitung} positif (+), maka :

- $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- $F_{hitung} < Ft_{tabel}$ maka H_0 diterima

Apabila F_{hitung} negatif (-), maka :

- $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima
- $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

b. Uji T

Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari masing-masing variabel independen dengan variabel dependen. Adapun hipotesis yang akan diuji adalah :

1. Pengaruh *:* Kualitas produk terhadap Pengambilan Keputusan
   - H_0 $\beta_1 = 0$: kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan.
   - H_a $\beta_1 \neq 0$: kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan.
2. Pengaruh media iklan terhadap Pengambilan Keputusan
   - H_0 $\beta_2 = 0$: media iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan
   - H_a $\beta_2 \neq 0$: media iklan berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan.

     Nilai t hitung dapat dicari dengan persamaan sebagai berikut :

$$t_{hitungX\,1} = \frac{b_1}{se\ b_1} \quad \text{dan} \quad t_{hitungX\,2} = \frac{b_2}{se\ b_2}$$

Kriteria dari pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut :

Apabila t_{hitung} positif (+), maka :

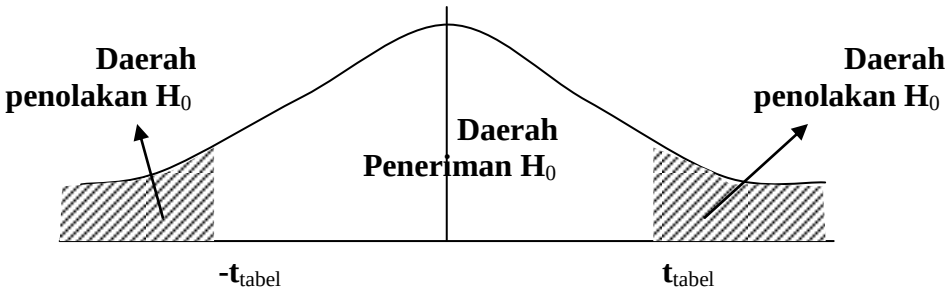
- $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Apabila t_{hitung} negatif (-), maka :

- $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 diterima

  $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Berikut ini adalah gambar yang memperlihatan daerah penerimaan dan penolakan H_0 :



Gambar 3.2
Daerah Penetapan Hipotesis