

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris (pengamatan) dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (reliabel) tentang:

1. Hubungan antara iklan dengan keputusan pembelian.
2. Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di RT 03 perumahan Gria Serpong Asri yang beralamat di Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang 15351. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal (survei awal dan wawancara) yang peneliti lakukan bahwa di tempat tersebut terdapat masalah mengenai keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada warga RT 03 perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang. Selain itu, juga karena faktor biaya yang minim dan keterjangkauan peneliti dengan lokasi penelitian, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 5 (lima) bulan, yaitu terhitung dari bulan Maret 2017 sampai dengan Juli 2017. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat menuangkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”⁵³. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Lawrence mengatakan bahwa:

*Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic, and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief of behavior*⁵⁴.

Artinya, penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 3.

⁵⁴ *Ibid.*, h. 12.

objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

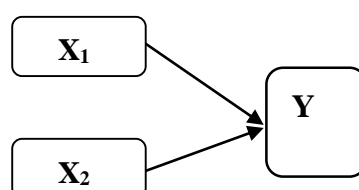
Sedangkan, pendekatan yang dilakukan adalah korelasional. Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara variabel bebas (iklan) yang diberi simbol X_1 dengan variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi. dan hubungan antara variabel bebas (harga) yang diberi simbol X_2 dengan variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa:

- a. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara iklan dengan keputusan pembelian.
- b. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian.

Maka, konstelasi hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel Bebas (X_1) : Iklan

Variabel Bebas (X_2) : Harga

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian

—————→ : Arah Hubungan

D. Populasi dan Sampling

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”⁵⁵.

Populasi dalam penelitian ini adalah warga RT 03 perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang. Hal ini didasarkan bahwa, setelah melakukan survei awal, wawancara dan observasi langsung pada warga RT 03 perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang, terdapat banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian pada *smartphone* Samsung.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁵⁶. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*.

Sugiyono mengatakan bahwa, “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”⁵⁷.

⁵⁵ *Ibid*, h. 119.

⁵⁶ *Ibid*, h. 120.

⁵⁷ *Ibid*, h. 126.

Untuk penelitian ini, sampelnya adalah warga RT 03 perumahan Gria Serpong Asri yang pernah memakai atau sedang memakai *smartphone* Samsung yang berjumlah 117 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu Iklan (variabel X_1), Harga (variabel X_2) dan Keputusan Pembelian (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah serangkaian proses dari tahapan-tahapan yang harus dilewati oleh konsumen ketika akan melakukan pembelian terhadap suatu barang atau jasa.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan dua dimensi. Dimensi pertama adalah faktor pribadi, dengan indikator pertama adalah gaya hidup, dan indikator kedua adalah kepribadian, dengan subindikator pertama adalah *introvert*.

Dimensi kedua adalah faktor psikologi, dengan indikator pertama adalah motivasi, dengan sub indikator yaitu internal dan eksternal.

c. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur

variabel keputusan pembelian yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 1.

Tabel III. 1. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Dro p	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Faktor pribadi	Gaya hidup		1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	9, 10	4	1,2, 3,4, 5,6, 7, 8	9, 10	1,2, 3,4, 5,6, 7, 8	9, 10
	Kepribadian	<i>Introvert</i>	11, 12, 13, 14, 15	16	13	11, 12, 13, 14, 15	16	11, 12, 13, 14, 15	16
Faktor Psikologi	Motivasi	Internal	17, 18, 19, 20, 21	22	20	17, 18, 19, 20, 21	22	17, 18, 19, 20, 21	22
		Eksternal	23, 24, 25, 26, 27	28, 29	26	23, 24, 25, 26, 27	28,29	23, 24, 25, 26, 27	28, 29

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut

diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban.

Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 2. Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian, terlihat pada Tabel III. 1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validias konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada Tabel III. 1. Setelah konsep diujicobakan kepada 30 orang warga RT 10 perumahan Gria Serpong Asri di

Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 58$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 107) dari 29 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 25 pernyataan.

⁵⁸ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 86.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 59$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 60$$

Dimana:

- Si^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 0,50$, $St^2 = 95,98$ dan r_{ii} sebesar 0,8718 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 11 halaman 110). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi Dengan demikian dapat

⁵⁹ *Ibid.*, h. 89.

⁶⁰ Sudjana, *Metoda Statistika* (Bandung: PT. Tarsito, 2005), h. 94.

dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 25 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

2. Iklan

a. Definisi Konseptual

Iklan adalah komunikasi non-personal berupa presentasi penjualan pada media massa (tv, koran, majalah, radio, dll) yang dikendalikan, dibayarkan dan diidentifikasi sebagai sponsor, yang bertujuan untuk mengedukasi, menyampaikan informasi, atau untuk mempengaruhi dan membujuk khalayak agar membeli suatu produk atau jasa.

b. Definisi Operasional

Iklan dapat diukur dengan beberapa dimensi. Dimensi yang pertama adalah media dengan indikator pertama yaitu elektronik dengan sub indikatornya adalah radio, televisi, dan internet. Indikator yang kedua adalah cetak dengan sub indikatornya yaitu majalah, brosur, dan koran.

Dimensi yang kedua adalah misi dengan indikator yang pertama yaitu tujuan dengan sub indikatornya yaitu membujuk konsumen, memberikan informasi, dan mengingatkan tentang suatu produk. Indikator yang kedua sasaran penjualan dengan sub indikatornya yaitu anak muda/remaja.

c. Kisi-kisi Instrumen Iklan

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel iklan yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel iklan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 3

Tabel III. 3. Kisi-kisi Instrumen Iklan

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Media	Cetak	Majalah	1,2	3		1,2	3	1,2	3
		Brosur	4	5	5	4		4	
		Koran	6,7			6,7		6,7	
	Elektronik	Radio	8,9	10	9	8	10	8	10
		Internet	11,13	12		11,13	12	11,13	12
		Televisi	14,16	15	14	16	15	16	15
Tujuan	Membujuk Konsumen	17,18		18	17		17		
	Memberikan Informasi	19,20	21		19,20	21	19,20	21	
	Mengingatnkan tentang suatu produk	22,23	24	24	22,23		22,23		
Misi	Sasaran Penjualan	Anak muda/remaja	25,27	26		25,27	26	25,27	26

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 4. Skala Penilaian Instrumen Iklan

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Iklan

Proses pengembangan instrumen iklan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel iklan terlihat pada Tabel III.4 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel iklan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel iklan sebagaimana tercantum pada Tabel III.4. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang warga RT 10

perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 61$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 113) dari 27 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 5 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 22 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian

⁶¹ Djaali dan Pudji Muljono, *loc.cit.*.

butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right] \quad 62$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \quad 63$$

Dimana:

- S_i^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,66$, $st^2 = 104,76$ dan r_{ii} sebesar 0,9062 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 17 halaman 116). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur iklan.

⁶² *Ibid.*, h. 89.

⁶³ Sudjana, *loc.cit.*,

3. Harga

a. Definisi Konseptual

Harga adalah nilai-nilai yang harus dikeluarkan atau dibebankan (berupa uang atau alat tukar lainnya) yang bertujuan untuk mendapatkan hak dan manfaat dari suatu barang atau jasa.

b. Definisi Operasional

Harga dapat diukur dengan beberapa dimensi. Dimensi yang pertama adalah penetapan harga produk baru dengan indikator yang pertama yaitu *market penetration pricing* (harga murah).

Dimensi yang kedua adalah penyesuaian harga produk dengan indikator pertama yaitu harga diskon, indikator kedua yaitu harga promosi, dan indikator ketiga yaitu harga dinamis.

c. Kisi-kisi Instrumen Harga

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel harga yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel harga. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 3

Tabel III. 5. Kisi-kisi Instrumen Harga

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Dr op	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Penetapan harga produk baru	Harga murah	1,3,5,6, 8,9	2,4, 7	7	1,3,5,6, 8,9	2,4	1,3,5,6, 8,9	2,4
Penyesuaian harga produk	Harga diskon	10,12,1 3,14	11		10,12,1 3,14	11	10,12,1 3,14	11
	Harga promosi	15,16,1 8	19,1 7	19	15,16,1 8	17	15,16,1 8	17
	Harga dinamis	20,21,2 2,24	23		20,21,2 2,24	23	20,21,2 2,24	23

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III.6. Skala Penilaian Instrumen Harga

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2

3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Harga

Proses pengembangan instrumen kualitas pelayanan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel harga terlihat pada Tabel III.6 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel harga.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel harga sebagaimana tercantum pada Tabel III.6. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang warga RT 10 perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$rit = \frac{\sum xit}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}}$$

Dimana:

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah r_{tabel}

= 0,361 jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid.

Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20 halaman 119 dari 24 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 22 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad ^{65}$$

Dimana:

⁶⁴ Djaali dan Pudji Muljono, *loc.cit.*,

⁶⁵ *Ibid.*, h. 89.

r_{ii}	= Reliabilitas instrumen
k	= Banyak butir pernyataan (yang valid)
$\sum s_i^2$	= Jumlah varians skor butir
st^2	= Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \quad 66$$

Dimana:

S_i^2	= Simpangan baku
n	= Jumlah populasi
$\sum X_i^2$	= Jumlah kuadrat data X
$\sum X_i$	= Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,46$, $St^2 = 82,66$ dan r_{ii} sebesar 0,879 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 23 halaman 122). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur harga.

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data penelitian ini menggunakan program aplikasi Microsoft Excel 2010. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

⁶⁶ Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *loc.cit.*,

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *Lilliefors*, pada taraf signifikan (α) = 0,05.

Dengan hipotesis statistik:

- 1) H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal.
- 2) H_1 : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

Kriteria pengujian:

- 1) Terima H_0 jika $L_{hitung} < L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.
- 2) Tolak H_0 jika $L_{hitung} > L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.
- 3) Dalam penelitian ini variabel X yang dimaksud dalam prosedur di atas adalah $(Y - \hat{Y})$.

b. Uji Linieritas Regresi

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan, Pengujian dengan pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel

dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05⁶⁷.

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi > 0,05, maka Ho diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak artinya data linier.

2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mendefinisikan hubungan linier antara satu variabel *independent* dan satu variabel *dependent*. Hasil dari analisis korelasi hanya untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan linier antara variabel saja. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier sederhana dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX_i \quad 68$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat

X = variabel bebas

a = konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = koefisien regresi variabel bebas

⁶⁷ Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian* (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015), h. 180.

⁶⁸ Sugiyono, *op.cit.*, h. 247.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan iklan (X1) dengan keputusan pembelian (Y) dan hubungan harga (X2) dengan keputusan pembelian (Y).

Hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = 0 \qquad H_1 : b_1 \neq 0$$

$$H_0 : b_2 = 0 \qquad H_1 : b_2 \neq 0$$

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan variabel X1 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel) dan variabel X2 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel), maka menghitung r_{xy} dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \qquad 69$$

Dimana:

r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan

$\sum x$ = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

⁶⁹ *Ibid.*, h. 241.

c. Uji t

Menurut Soepomo, “Uji-t digunakan sebagai alat analisis data, dapat dipakai untuk menguji satu sampel atau dua sampel”⁷⁰. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t) dengan menggunakan Microsoft Excel 2010. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan iklan (X1) dengan keputusan pembelian (Y) dan hubungan harga (X2) dengan keputusan pembelian (Y).

t_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad 71$$

Keterangan:

- t_{hitung} = Skor signifikan koefisien korelasi
 r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*
 n = banyaknya sampel/data

Selanjutnya, Sugiyono menambahkan kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ Ho diterima.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ Ho ditolak⁷².

4. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketetapan hubungan antara variabel

⁷⁰ Bambang Soepomo, *Statistik Terapan: Dalam Penelitian Ilmu-ilmu Sosial & Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 134.

⁷¹ Sugiyono, *op.cit.*, h. 243.

⁷² *Ibid.*.

independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X (X_1, X_2, \dots, X_k), yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi, semakin baik kemampuan variabel X menerangkan atau menjelaskan variabel Y.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2 \quad ^{73}$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r_{xy}^2 = Koefisien korelasi *product moment*

⁷³ Sugiyono, *op. cit.*, h. 216-217.