

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1 . Lokasi dan Waktu Penelitian

Seluruh aktivitas dan pengumpulan data penelitian dilakukan pada saat Silvershining menggelar pertunjukan dalam rentang waktu bulan Maret hingga Juni tahun 2015 yang berlokasi di kota Jakarta Timur.

3.2. StrategidanMetoda Penelitian

3.2.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan strategi penelitian asosiatif, karena penekanan penelitian ini lebih untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Strategi ini bertujuan agar dapat memberikan atau menjelaskan hubungan bauran pemasaran dengan keputusan pembelian album pada Band Indie Silvershining.

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metoda survei yaitu penelitian yang mengambil sampel atau satu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Pada umumnya yang merupakan sampel dalam penelitian ini survey adalah individu. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yaitu untuk meneliti hubungan sebab akibat. Data yang dihasilkan lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan, karena sebelumnya data-data tersebut akan diuji keabsahannya.

3.2.2. Metoda Penelitian

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metoda penelitian survei. Metode penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya.

Metoda survei dipilih untuk mengetahui hubungan antara keragaman produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan minat beli konsumen.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini anggota Ukm Seni Budaya dan responden yang ada di daerah Duren Sawit yang telah mendengarkan lagu-lagu Silvershining dan membeli album band Silvershining, sebanyak 125 orang,

3.3.2. Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling yaitu sampel yang dipilih dari suatu populasi dengan kriteria atau pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009). Adapun ciri-ciri responden yang dijadikan sampel ini adalah responden yang melakukan pembelian album band indie Silvershining.

Jenis data yang dilakukan adalah data primer dengan metode pengumpulan data kuesioner. Sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, artinya tingkat kewajaran yang terjadi kesalahan dalam pengambilan sampel masih dapat ditolerir dalam penelitian ini.

Untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, maka digunakan rumus Slovin, sebagai berikut :³¹

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran karena ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi), yaitu 10% jika tingkat kesalahan yang diinginkan (e)

adalah 10% dan tingkat kebenarannya 90%. Tingkat kesalahan 10% ini bisa disebabkan karena faktor biaya, tenaga dan waktu.

Dengan demikian, perhitungan jumlah sampel penelitian adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{125}{1 + 125(0,1)^2}$$

$$= 55,55 \text{ dibulatkan menjadi } \underline{56}$$

Jadi, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 56 orang responden anggota Ukm Seni Budaya dan pencinta musik Indie di Duren sawit

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling, yaitu pengambilan sampel anggota populasi secara acak tanpa memperhatikan strata dan populasi.

3.4. Unit-unit Analisis Penelitian

Unit-unit analisis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang, dalam hal ini keputusan pembelian album pada band indie Silvershining satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian.

3.5. Metoda Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi lapangan (*field study*) dan penelitian kepustakaan (*library reseach*).

1. Penelitian kepustakaan (*Library reseach*) merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh melalui studi pustaka. Dalam hal ini, peneliti berusaha untuk mencari dan membaca serta mendapatkan sumber-sumber ilmiah yang terdapat di dalam buku-buku manajemen, khususnya yang berkaitan dengan topik penelitian.
2. Penelitian lapangan (Field research)
 - (1) Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mengadakan temu wicara dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung Manajer dan Staff pemasaran band.

(2) Observasi

Pengamatan langsung dilakukan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui wawancara. Hal ini dilakukan karena peneliti ingin mengetahui kegiatan yang telah berjalan di Band Indie Silvershining, sehingga peneliti dapat mendapatkan data yang akurat dan relevan.

(3) Kuesioner

Kuesioner dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis dengan alternative jawaban yang tersedia dan diisi oleh pihak-pihak yang bersangkutan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.

3.6. Instrumen Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa kuesioner diukur menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Dalam skala Likert terdapat skor atau bobot terhadap jawaban yang disediakan. Apabila menjawab sangat setuju memiliki skor 5, setuju memiliki skor 4, kurang setuju 3, tidak setuju memiliki skor 2, dan jika menjawab sangat tidak setuju memiliki skor 1.³²

Tabel 3.1.Nilai Pernyataan dan Bobot

No	Pernyataan	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2009)

Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu sebagai variabel bebas Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), dan Keputusan pembelian (Y). Instrumen penelitian ini diukur dengan skala Likert, yaitu suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam riset berupa survei. Variabel yang diukur dijabarkan ke dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner.

Variabel yang diukur dijabarkan ke dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak dalam menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam kuesioner. Adapun konstruk variabel kuesioner yang disebar kepada responden adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2. Indikator-indikator Variabel Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item Instrumen
Product (Produk) (X_1)	Pengenalan produk	1. Produk mudah dikenali	1
		2. Atribut yang dipertimbangkan	2
		3. Sumber informasi akan produk	3
	Keunggulan produk	1. Lagu <i>easy listening</i>	4
		2. Musiknya berbeda	5
		3. Instrumen lagu tidak <i>mainstream</i>	6
Kualitas	1. Lirik lagu yang romantis.	7	
	2. Menarik	8	

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item Instrumen
Price (Harga) (X ₂)	Terjangkau	1. Harga terjangkau untuk kalangan	9
		2. Mudah dipesan	10
	Perbandingan Harga	1. Daya saing harga	11
2. Harga dari album <i>indie</i> label berbeda dengan major label		12	
Kesesuaian Harga		1. Kesesuaian harga dengan kualitas	13
		2. Penyesuaian harga terhadap wilayah	14

Sumber : Edy Sutrisno (2010)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item Instrumen
Promotion (Promosi) (X ₃)	Media elektronik	1. Lewat iklan di TV	15
		2. Melalui komunitas	16
		3. Melalui radio seluruh Indonesia	17
		4. Media sosial	18
	Media surat kabar	1 Pamflet	19
		2. Majalah	20
		3. Stiker	21

S	Festival band	1 Kompetisi band	22
		2 Mengikuti event kampus	23
		3. Guest star sekolah	24

Sumber : Swastha (2010), Hadi (2007)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item Instrumen
Keputusan pembelian (Y)	Individu	1. Kebutuhan individu	25
		2. Tingkah laku fans terhadap player	26

Sumber : Peter dan James (2010) Freddy Rangkuti (2009)

3.6.1. Pengujian instrumen penelitian

Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner penelitian ini diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas, sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antar skor total yang diperoleh masing-masing butir pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Instrumen yang dibuat dan diuji cobakan kepada 125 orang, dan populasi sasarannya adalah anggota Seni Budaya sebanyak 56 orang Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Data yang diperoleh ditabulasikan, kemudian dilakukan

analisis faktor untuk pengujian *construct validity* dengan menggunakan metoda korelasi sederhana (r_{hitung}), yaitu mengkorelasikan antara skor item instrument dalam suatu faktor, dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total. Alat pengujian validitas ini menggunakan rumus korelasi *Product Moment*, sebagai berikut :³³

$$r_{hitung} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}} \dots\dots (3.3)$$

Keterangan :

- r_{hitung} = Koefisien validitas butir pernyataan yang dicari
 N = Banyaknya responden (populasi)
 X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
 Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Apabila nilai r_{hitung} sebesar 0,3 (r_{kritis}) ke atas, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan. Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan *internal consistency* dengan teknik belah dua (*Split half*) yang dianalisis dengan menggunakan rumus Spearman brown, sebagai berikut:³⁴

$$r_i = \frac{2.r_b}{1 + r_b} \dots\dots\dots (3.4)$$

Adapun nilai r_b dapat diperoleh dengan rumus:³⁵

$$r_b = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \{n \sum Y_1^2 - (\sum Y_1)^2\}}} \dots\dots\dots (3.5)$$

Keterangan :

- r_i = Reliabilitas internal seluruh instrumen
 r_b = Koefisien korelasi sederhana antara butir ganjil dengan butir genap yang telah dinyatakan valid untuk masing-masing

variabel (variabel produk, harga, promosi dan keputusan pembelian)

n = Sampel

X_1 = Data butir ganjil yang telah dinyatakan valid untuk masing-masing variabel (variabel produk, harga, promosi dan keputusan pembelian)

X_2 = Data butir genap yang telah dinyatakan valid untuk masing-masing variabel (variabel produk, harga, promosi dan keputusan pembelian)

Instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila reliabilitas instrumen penelitian lebih besar dibanding dengan nilai koefisien korelasi ($r_i > r_b$)

3.7 . Metode Analisis Data

3.7.1. Metode Pengolahan Data

Data yang diperoleh diolah dengan program aplikasi *Microsoft office* (*Microsoft word* dan *Microsoft excel*), dan program statistik SPSS versi 22.00 karena program ini merupakan sebuah program yang mempunyai kemampuan untuk menganalisis statistik dengan keakuratan yang cukup tinggi, dan mudah dipahami cara mengoperasikannya.

3.7.2. Metode Penyajian Data

Penyajian data merupakan kegiatan dalam pembuatan laporan hasil penelitian yang telah dilakukan agar dapat dipahami dan dianalisis sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Dalam penyajian data hasil penelitian ini, peneliti menyajikannya dalam bentuk tabel dan gambar. Penyajian data dalam bentuk tabel merupakan penyajian dalam bentuk angka yang disusun secara teratur dalam bentuk kolom dan baris, agar orang mudah memperoleh gambaran rinci tentang hasil penelitian yang telah dilakukan.

3.7.3. Analisis Statistik Data

Analisis statistik dimaksudkan untuk melakukan perhitungan data yang telah disajikan dalam menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis penelitian. Metode analisis statistik penelitian dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian yaitu dengan menggunakan metoda analisis koefisien korelasi dan pengujian hipotesis yang digunakan yaitu parsial dan simultan.

1. Analisis koefisien korelasi

Analisis koefisien korelasi terdiri dari analisis koefisien korelasi berganda, sebagai berikut:

(1) Analisis koefisien korelasi berganda

Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara produk, harga, dan promosi, dengan minat keputusan pembelian secara simultan.³⁷

$$r_{Y123} = \sqrt{\frac{(r_{Y1})^2 + (r_{Y2})^2 + (r_{Y3})^2 - 2(r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{Y3})}{1 - (r_{123})^2}} \dots\dots\dots(3.6)$$

Nilai koefisien korelasi berkisar dari – 1 sampai 1. Interpretasi bagi nilai koefisien korelasi (r) tertentu adalah :

1. Jika r mendekati 1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan positif.
2. Jika r mendekati -1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan negatif.
3. Jika r mendekati 0, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y tidak terdapat pengaruh atau sangat lemah.

Oleh karena, itu jika nilai r mendekati -1 atau 1, maka hubungan antara dua variabel semakin kuat. Sebaliknya jika nilai r semakin jauh dari -1 atau 1 berarti hubungan antara variabel semakin lemah.

2. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis terhadap ρ digunakan untuk mengetahui signifikansi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial maupun simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

(1) Pengujian hipotesis secara parsial

a. Hubungan X_1 dan Y

$H_0 : \rho_1 \leq 0$ (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara produk dengan keputusan pembelian album band *indie*).

$H_a : \rho_1 > 0$ (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara produk dengan keputusan pembelian album band *indie*).

b. Hubungan X_2 dan Y

$H_0 : \rho_2 \leq 0$ (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian album band *indie*).

$H_a : \rho_2 > 0$ (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian album band *indie*).

c. Hubungan X_3 dan Y

$H_0 : \rho_3 \leq 0$ (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian album band *indie*).

$H_a : \rho_3 > 0$ (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian album band *indie*).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *significance t* dibandingkan dengan α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria:

H_0 ditolak, jika *significance t* $< 0,05$ dan

H_a diterima, jika *significance t* $\geq 0,05$

(1) Pengujian secara simultan

$H_0 : \rho_1, \rho_2, \rho_3 \leq 0$ (Secara simultan tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara produk, harga, dan promosi dengan keputusan pembelian album band *indie*).

$H_a : \rho_1, \rho_2, \rho_3 > 0$ (Secara simultan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara produk, harga, dan promosi dengan keputusan pembelian album band *indie*).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan digunakan nilai *significance F* dibandingkan dengan α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria :

H_0 ditolak, jika *significance F* $< 0,05$ dan

H_a diterima, jika *significance F* $\geq 0,05$

Menurut Sugiyono, pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Lemah
2	0,20 – 0,399	Lemah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013)