

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian merupakan suatu investigasi yang terorganisasi, yang dilakukan untuk menyajikan dan memecahkan masalah (Asep Hermawan, 2009:14). Sedangkan objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, dimana dan kapan penelitian dilakukan, dapat juga ditambahkan dengan hal-hal lain jika dianggap perlu (Husein Umar, 2008:303)

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian. Adapun objek penelitian ini menggunakan variabel *independent* (variabel bebas) yaitu variasi produk yang terdiri dari variasi ukuran, harga, tampilan dan ketersediaan produk, sedangkan variabel *dependent* (variabel terikat) yaitu keputusan pembelian (*purchase decision*) yang terdiri dari enam keputusan yang akan diambil oleh konsumen, yaitu pemilihan produk (*product choice*), pemilihan merek (*brand choice*), pemilihan penyalur (*dealer choice*), jumlah pembelian (*purchase amount*), waktu pembelian (*purchase timing*) dan metode pembayaran (*payment method*). Responden dalam penelitian ini yaitu konsumen Rumah Talas Bogor dan lokasi dari objek penelitian berada di Jln. Pajajaran Baranangsiang, Bogor.

Penelitian ini dilakukan pada jangka waktu penelitian kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Cross Sectional Method*. Menurut Umar (2008:45) adalah pendekatan *Cross Sectional*, yaitu “Metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013:2). Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris

dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian ini dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis (Sugiyono, 2013:2)

Berdasarkan tujuan penelitian maka jenis penelitian yang digunakan adalah bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif ini mempunyai maksud untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Talas Bogor. Sedangkan penelitian verifikatif bermaksud untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesa yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan. Jadi, penelitian verifikatif ini untuk menguji besarnya pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Talas Bogor.

Berdasarkan jenis penelitian tersebut yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei atau *explanatory survey* yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel dengan cara menguji hipotesis. Menurut sugiyono (2013:11), yang dimaksudkan dengan metode survei adalah:

Metode survei adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, dan wawancara terstruktur.

Menurut Malhotra (2010:96), menyatakan bahwa “*Explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan kedalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut.” *Explanatory survey* dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) melalui kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap penelitian.

Berdasarkan pengertian *explanatory survey* menurut ahli, maka metode penelitian ini dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel menurut Sugiyono (2013:58), menyatakan bahwa “Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam suatu penelitian supaya dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasional variabel.

Pada operasionalisasi variabel terdapat indikator, ukuran dan skala yang bertujuan untuk mendefinisikan serta mengukur variabel. Secara lengkap operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Konsep Empiris			No Item
		Indikator	Ukuran	Skala	
1	2	3	4	5	6
Variasi Produk (X)	Variasi produk adalah kumpulan dari seluruh produk dan barang yang ditawarkan pada suatu perusahaan dengan beraneka ragam produknya juga ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. (W.Jasniko,2013:4)				
Ukuran	Ukuran didefinisikan sebagai bentuk, model, atau struktur fisik dari suatu produk yang dilihat dengan nyata dan dapat diukur. (W. Jasniko, 2013:3)	• Variasi ukuran makanan di Rumah Talas	• Tingkat variasi ukuran makanan di Rumah Talas	Ordinal	1
		• Kesesuaian variasi ukuran kecil makanan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen	• Tingkat kesesuaian variasi ukuran kecil makanan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen	Ordinal	2
		• Kesesuaian variasi ukuran besar makanan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen	• Tingkat kesesuaian variasi ukuran besar makanan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen	Ordinal	3

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Konsep Empiris			No Item
		Indikator	Ukuran	Skala	
1	2	3	4	5	6
Harga	Istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. (Tjiptono dalam W.Jasniko, 2013:3)	• Variasi harga makanan	• Tingkat variasi harga makanan	Ordinal	4
		• Keterjangkauan harga makanan	• Tingkat keterjangkauan harga makanan	Ordinal	5
		• Kesesuaian harga dengan kualitas produk makanan (berdasarkan cita rasa dan aroma)	• Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk makanan (berdasarkan cita rasa dan aroma)	Ordinal	6
		• Kesesuaian harga dengan ukuran/ porsi makanan	• Tingkat kesesuaian harga dengan ukuran/ porsi makanan	Ordinal	7
Tampilan	Tampilan merupakan segala sesuatu yang ditampilkan oleh produk tersebut, tampilan merupakan daya tarik produk yang dapat dilihat secara langsung (W. Jasniko, 2013:3)	• Kemenarikan bentuk makanan	• Tingkat kemenarikan bentuk makanan	Ordinal	8
		• Kemenarikan tampilan (<i>topping</i>) makanan	• Tingkat kemenarikan tampilan (<i>topping</i>) makanan	Ordinal	9
		• Variasi tampilan (<i>topping</i>) makanan	• Tingkat variasi tampilan (<i>topping</i>) makanan	Ordinal	10
		• Kemenarikan kemasan makanan	• Tingkat kemenarikan kemasan makanan	Ordinal	11
		• Variasi kemasan makanan	• Tingkat variasi kemasan makanan	Ordinal	12
Ketersediaan produk	Banyaknya macam produk yang tersedia di dalam toko membuat para konsumen semakin tertarik untuk masuk dan melakukan pembelian (W.Jasniko, 2013:4)	• Ketersediaan variasi jenis produk makanan	• Tingkat ketersediaan variasi jenis produk makanan	Ordinal	13
		• Ketersediaan variasi rasa produk makanan	• Tingkat ketersediaan variasi rasa produk makanan	Ordinal	14

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Konsep Empiris			No Item
		Indikator	Ukuran	Skala	
1	2	3	4	5	6
Keputusan Pembelian (Y)	<i>In the evaluation stage, the consumer forms preferences among the brands in the choice set and may also form an intention to buy the most preferred brand. (Kotler dan Keller, 2012:170)</i>				
		Pemilihan Produk	• Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kemenarikan variasi produk makanan yang tersedia	Ordinal	15
			• Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kualitas produk makanan	Ordinal	16
		Pemilihan Merek	• Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kemenarikan dari nama Rumah Talas	Ordinal	17
			• Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kepopuleran dari Rumah Talas	Ordinal	18
			• Tingkat keputusan pembelian berdasarkan keunikan nama dari Rumah Talas	Ordina;	19
		Pemilihan Penyalur	• Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kemudahan transportasi dalam menjangkau lokasi Rumah Talas	Ordinal	20
			• Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kestrategisan lokasi Rumah Talas	Ordinal	21
		Penentuan Waktu Pembelian	• Tingkat keputusan pembelian pada saat ada promosi	Ordinal	22
			• Tingkat keputusan pembelian pada saat tidak ada promosi	Ordinal	23
			• Tingkat keputusan pembelian pada saat <i>weekend/ holiday</i>	Ordinal	24
			• Tingkat keputusan pembelian pada saat <i>weekday</i>	Ordinal	25

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Konsep Empiris			No Item
		Indikator	Ukuran	Skala	
1	2	3	4	5	6
		Jumlah Pembelian	•Tingkat jumlah pembelian produk makanan dalam satu kali pembelian	Ordinal	26
			•Tingkat frekuensi pembelian produk makanan dalam satu bulan	Ordinal	27
		Metode Pembayaran	• Tingkat kemudahan dalam melakukan pembayaran	Ordinal	28

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu menggunakan sumber data primer dan menggunakan sumber data sekunder. Berikut penjelasannya:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Pada penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah hasil penelitian secara empirik melalui penyebaran kuesioner/angket yang disebarkan kepada sejumlah responden yaitu konsumen Rumah Talas.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan dengan maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat serta tidak mengeluarkan biaya yang relatif mahal. Pada penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah melalui artikel, jurnal, serta situs web di internet dan buku-buku berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, akan disajikan dalam Tabel 3.2 berikut ini:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
1	Data wisman ke Jawa Barat 2010-2013	Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat	sekunder
2	Data jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bogor tahun 2009-2012	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bogor dan BPS,	sekunder
3	Data Pusat Oleh-oleh di Kota Bogor	(www.wego.co.id/berita/6-oleh-oleh-wajib-dari-bogor/;www.kotabogor.go.id/pariwisata/fasilitas-pendukung/ jajanan-makanan ; wisatakuliner.com/kuliner/pusat-oleh-oleh/category/bogor.html) Diakses 9 Februari 2014 Pukul 15.12	sekunder
4	Data pembelian	Rumah Talas, 2014	sekunder
	Data Pendapatan	Rumah Talas, 2014	sekunder
6	Variasi produk di Rumah Talas	Rumah Talas, 2014	sekunder
7	Tanggapan mengenai variasi produk di Rumah Talas	Konsumen Rumah Talas,2014	primer
8	Tanggapan mengenai keputusan pembelian di Rumah Talas	Konsumen Rumah Talas,2014	primer

Sumber: diolah dari beberapa data, 2014

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting untuk mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data yang dikumpulkan digunakan untuk mengambil keputusan dalam menguji hipotesis. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:115). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Talas tahun 2013 sejumlah 72.000 orang.

3.2.4.2 Sampel

Sugiyono (2013:116) menyatakan bahwa, “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2010:131) mendefinisikan, “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Suatu penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi diteliti. Hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu. Maka dari itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti atau representatif.

Agar memperoleh sampel yang representatif (mewakili) dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, digunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2008:141), yakni ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan presentasi kelonggaran ketidaktelitian, karena dalam pengambilan sampel dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam pengambilan sampel ini digunakan taraf kesalahan sebesar 10% atau 0,1. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir (e = 10%)

Dalam mendapatkan populasi (N), maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan rata-rata. Berdasarkan rumus slovin, maka ukuran sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{72000}{1 + 72000(0,1)^2} = \frac{72000}{1 + 720} = 99,8 \text{ atau } n = 100$$

3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2013:116) menyatakan bahwa, “Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel”. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2010:116), “Teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa, sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya”.

Peneliti menggunakan teknik *systematic random sampling* dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2008:73), “Metode pengambilan acak sistematis dengan jarak tertentu dari suatu kerangka sampel yang telah diurutkan”. Dengan demikian, tersedianya suatu populasi sasaran yang tersusun (*ordered population target*) merupakan prasyarat penting bagi dimungkinkannya pelaksanaan pengambilan sampel dengan metode acak sistematis.

Populasi dalam penelitian ini adalah populasi bergerak. Menurut Al Rasyid (1994:66) cara sistematis memiliki kelebihan yaitu bisa dilakukan meskipun tidak ada kerangka sampling. Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Tentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang dijadikan populasi sasaran adalah konsumen Rumah Talas Bogor
- 2) Tentukan tempat tertentu sebagai *checkpoint* adalah Rumah Talas Bogor Jln. Pajajaran Baranangsiang, Bogor.
- 3) Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu kongkrit yang digunakan peneliti adalah pukul 11.00 – 17.00 WIB.
- 4) Melaksanakan orientasi lapangan secara cermat, terutama pada *checkpoint*. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama/ dasar kepadatan pengunjung. Berdasarkan survei yang telah dilakukan sebelumnya, diketahui jumlah pengunjung dalam waktu 1 tahun (2013) yaitu sebesar 72.000 orang. Namun rata-rata konsumen yang akan diteliti adalah sebanyak 193 orang per harinya
- 5) Untuk menentukan interval, digunakan rumus

$$i = \frac{N}{n} \quad \text{maka, } i = 193/100 = 1,93 \text{ atau } 2 \text{ (hasil pembulatan)}$$

Setelah diketahui interval, maka penyebaran kuesioner dilakukan secara randomisasi (acak). Pada hari yang telah ditentukan checkpoint, konsumen ke 2 (karena *random* dimulai dari konsumen ke 2) diberi kuesioner. Selanjutnya adalah konsumen yang memiliki nomor urut genap ditanya dan diberi kuesioner untuk diisi hingga ukuran sampel terpenuhi yaitu 100 orang.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:193), “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data”. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya:

1) Studi Literatur

Studi literatur merupakan pengumpulan data dan informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian seperti teori-teori yang sesuai dengan variabel variasi produk dan keputusan pembelian. Studi literatur penelitian ini didapatkan dari berbagai sumber yaitu skripsi, jurnal, dan internet.

2) Studi Kepustakaan

Penelitian kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang akan digunakan menjadi landasan teori masalah yang diteliti. Dalam kepustakaan ini penulis membaca dan mempelajari buku-buku, literatur, jurnal, skripsi, dan materi lainnya yang berhubungan dengan variabel yang diteliti yaitu variasi produk, dan keputusan pembelian. Studi kepustakaan penelitian ini didapatkan dari sumber perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) dan UNPAD.

3) Wawancara

Penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara atau berbicara langsung dengan responden dari pelanggan Rumah Talas maupun dengan pekerja yang berada di Rumah Talas Bogor yang tujuannya untuk mendapatkan ide-ide, pendapat, informasi, data, wawasan dalam menghadapi masalah yang dibutuhkan dan mendapat gambaran yang jelas secara menyeluruh tentang pembelian makanan di Rumah Talas tersebut.

4) Kuesioner (angket)

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data mengenai penyebaran seperangkat daftar pernyataan tertulis kepada responden, yaitu pelanggan/konsumen Rumah Talas Bogor. Dalam kuesioner ini terdapat beberapa pernyataan yang berkaitan dengan variasi produk sebagai variabel bebas X, dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y). kemudian responden dapat memilih alternatif jawaban yang telah disediakan. Adapun langkah-langkah dalam penyusunan kuesioner (angket) adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun daftar pernyataan
- b. Merumuskan item-item pernyataan serta alternatif jawaban, sehingga responden dapat langsung memilih jawaban yang ada
- c. Menetapkan skor yang diberikan untuk setiap item pernyataan.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, diperlukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Untuk menguji layak atau tidaknya instrument penelitian (kuesioner) yang disebarkan kepada responden dilakukan dua tahap pengujian yaitu uji validitas dan reliabilitas. Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang valid dan reliabel. Oleh karena itu dibutuhkan instrument penelitian yang valid dan reliabel.

Sugiyono (2013:172-173) mengungkapkan bahwa, data valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang reliabel adalah instrument yang bilak digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Dengan menggunakan instrument yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software komputer program *SPSS (Statistical Product for Service Solutions) 18.0 for windows*.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2013:361). Menurut Suharsimi Arikunto (2010:168) mengemukakan bahwa, “validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah”.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pernyataan dengan skor total pernyataan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrument dalam penelitian ini adalah rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2013:255)

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Peneliti dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya suatu hubungan dengan melihat besarnya koefisien korelasi. Besarnya koefisien korelasi menurut Arikunto (2013:211-212) adalah sebagai berikut:

TABEL 3.3
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Interpretasi
Antara 0,80-1,000	Sangat tinggi
Antara 0,60-0,800	Tinggi
Antara 0,40-0,600	Cukup
Antara 0,20-0,400	Rendah
Antara 0,00-0,200	Sangat Rendah (Tak berkolerasi)

Sumber: Arikunto (2013: 319)

Setelah melakukan analisis faktor dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dan skor total, maka langkah selanjutnya adalah melakukan perbandingan antara r hitung dengan r tabel. Berikut ini keputusan pengujian validitas instrument:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dikatakan valid,
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen dikatakan tidak valid,

Perhitungan validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS 18 for windows. Output yang dihasilkan dari pengolahan SPSS merupakan data r hitung. Sedangkan untuk mengetahui apakah nilainya signifikan atau tidak, maka dilakukan uji korelasi dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Agar nilainya signifikan maka r hitung harus lebih besar dari r tabel (dilihat dari r product moment dengan taraf signifikansi 10% dan derajat kebebasan $n-2$, dimana $n-2$ merupakan jumlah responden). Berikut merupakan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18 for windows:

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
Variasi Produk (X)					
A	Ukuran				
1	Variasi ukuran makanan di Rumah Talas	0,555	0,306	0,001	Valid
2	Kesesuaian variasi ukuran kecil makanan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen	0,599	0,306	0,000	Valid
3	Kesesuaian variasi ukuran besar makanan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen	0,617	0,306	0,000	Valid
B	Harga				
4	Variasi harga makanan	0,637	0,306	0,000	Valid
5	Keterjangkauan harga makanan	0,389	0,306	0,033	Valid
6	Kesesuaian harga dengan kualitas makanan (berdasarkan cita rasa dan aroma)	0,639	0,306	0,000	Valid
7	Kesesuaian harga dengan ukuran/porsi makanan	0,605	0,306	0,000	Valid
C	Tampilan				
8	Kemenarikan bentuk makanan	0,419	0,306	0,021	Valid
9	Kemenarikan tampilan (<i>topping</i>) makanan	0,695	0,306	0,000	Valid
10	Variasi tampilan (<i>topping</i>) makanan	0,739	0,306	0,000	Valid
11	Kemenarikan kemasan makanan	0,500	0,306	0,005	Valid
12	Variasi kemasan makanan	0,473	0,306	0,008	Valid
D	Ketersediaan Produk				
13	Ketersediaan variasi jenis produk makanan	0,524	0,306	0,003	Valid
14	Ketersediaan variasi rasa produk makanan	0,667	0,306	0,000	Valid
No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Ket
Keputusan Pembelian (Y)					
A	Pemilihan Produk				
15	Keputusan pembelian berdasarkan kemenarikan variasi produk makanan yang tersedia	0,430	0,306	0,018	Valid
16	Keputusan pembelian berdasarkan kualitas produk makanan	0,449	0,306	0,013	Valid

Lanjutan Tabel 3.4

B					
Pemilihan Merek					
17	Keputusan pembelian berdasarkan kemenarikan dari nama rumah talas	0,451	0,306	0,012	Valid
18	Keputusan pembelian berdasarkan kepopuleran dari Rumah Talas	0,647	0,306	0,000	Valid
19	Keputusan pembelian berdasarkan keunikan nama dari Rumah Talas	0,445	0,306	0,014	Valid
C					
Pemilihan Saluran Pembelian					
20	Keputusan pembelian berdasarkan kemudahan transportasi dalam menjangkau lokasi Rumah Talas	0,498	0,306	0,005	Valid
21	Keputusan pembelian berdasarkan kestrategisan lokasi Rumah Talas	0,474	0,306	0,008	Valid
D					
Penentuan Waktu Pembelian					
22	Keputusan pembelian pada saat ada promosi	0,494	0,306	0,006	Valid
23	Keputusan pembelian pada saat tidak ada promosi	0,498	0,306	0,005	Valid
24	Keputusan pembelian pada saat <i>weekend/ holiday</i>	0,776	0,306	0,000	Valid
25	Keputusan pembelian pada saat <i>weekday</i>	0,420	0,306	0,021	Valid
E					
Jumlah Pembelian					
26	Jumlah pembelian produk makanan dalam satu kali pembelian	0,448	0,306	0,013	Valid
27	Frekuensi pembelian produk makanan dalam satu bulan	0,389	0,306	0,034	Valid
F					
Metode Pembayaran					
28	Kemudahan dalam melakukan pembayaran	0,413	0,306	0,023	Valid

Tabel 3.4 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel variasi produk (X) dan variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid karena skor r hitung lebih besar dari r tabel (0,306) dan nilai signifikansi $< 0,1$. Sehingga dapat dilanjutkan untuk melakukan penelitian.

3.2.6.2 Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013:183), “Reliabilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten”. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2010: 178) mengungkapkan bahwa,

“Reliabilitas adalah menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu.

Instrumen penelitian disamping harus valid juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketetapan (keterandalan) alat pengumpul data (instrumen) yang digunakan. Kuesioner dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab responden secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu meskipun dilakukan pada waktu yang tidak sama. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Apabila suatu instrument dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan cronbach alpha. Rumus *cronbach alpha* digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(Suharsimi Arikunto, 2010:196)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

σ_t^2 = Varians Total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

Jumlah varians butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians t butir kemudian jumlahkan seperti berikut ini:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{[\sum X]^2}{N}}{N}$$

(Suharsimi Arikunto, 2010:184)

Keterangan:

- N = Jumlah sampel
 σ^2 = Nilai varians
 X = Nilai skor yang dipilih

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 18 *for windows*. Item pertanyaan dikatakan reliabel apabila $C\alpha_{hitung} \geq 0,700$. Koefisien *alpha cronbach* ($C\sigma$) merupakan statistik paling umum yang digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen. Berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian:

TABEL 3.5
HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Variabel	$C\sigma_{hitung}$	$C\sigma_{minimal}$	Keterangan
1	Variasi produk	0,837	0,700	Reliabel
2	Keputusan pembelian	0,747	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan tabel 3.5 dapat diketahui bahwa hasil tingkat *reliability* untuk variasi produk dan keputusan pembelian lebih besar dari 0,700, sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini reliabel atau dapat dipercaya.

3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dan verifikatif. Teknik analisis deskriptif yaitu untuk variabel yang bersifat kualitatif, dan verifikatif untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistika.

Analisis data proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data. Pada dasarnya definisi pertama lebih menitikberatkan pengorganisasian data sedangkan yang kedua lebih menekankan maksud dan tujuan analisis data. Pada penelitian ini

menggunakan angket kuesioner sebagai alat untuk mengukur penelitian. Kuesioner disusun berdasarkan variabel yang ada dalam penelitian. Kemudian analisis data dapat dilakukan setelah kuesioner seluruh responden terkumpul.

A. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1) Analisis deskriptif dari variabel (X) variasi produk

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap variasi produk yang meliputi: variasi ukuran, harga, tampilan dan ketersediaan produk

2) Analisis deskriptif dari variabel (Y) keputusan pembelian

Variabel Y terfokus pada penelitian terhadap keputusan pembelian yang meliputi: pemilihan produk (*product choice*), pemilihan merek (*brand choice*), pemilihan penyalur (*dealer choice*), jumlah pembelian (*purchase amount*), waktu pembelian (*purchase timing*) dan metode pembayaran (*payment method*).

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penelusuran presentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada tabel berikut ini:

TABEL 3.6
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN
DIGUNAKAN UNTUK ANALISIS DESKRIPTIF

Kriteria Penafsiran	Keterangan
0%	Tidak Seorangpun
1% - 25%	Sebagian Kecil
26% - 49%	Hampir Setengahnya
50%	Setengahnya
51% - 75%	Sebagian Besar
76% - 99%	Hampir Seluruhnya
100%	Seluruhnya

Sumber: Muhammad Ali (1985:184)

B. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Menyusun Data

Kegiatan ini untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2) Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan,

- a. Memberik skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

3) Menganalisis Data

Merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan. Adapun metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif

4) Pengujian

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode verifikatif, maka dilakukan analisis regresi berganda

3.2.7.2 Uji Hipotesis

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) yaitu variasi produk yang terdiri dari variasi ukuran (X1), harga (X2), tampilan (X3) dan ketersediaan produk (X4) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

Operasi matematika tidak berlaku untuk data ordinal, maka dalam proses merubahnya menjadi data interval dipakai proporsi untuk menentukan nilai dari setiap poin angka ordinal. Pada penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Untuk lebih jelasnya proses analisis regresi berganda akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. *Method of Successive Interval* (MSI)

Method of successive interval (MSI) merupakan metode untuk merubah data ordinal menjadi skala interval berurutan menurut Harun Al Rasyid (1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut sebagai berikut:

- a) Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c) Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d) Menentukan nilai batas Z (table normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e) Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

- f) Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumus persamaan berikut:

$$\text{Nilai hasil transformasi : score} = \text{scale value}_{\text{minimum}} + 1$$

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

2. Uji Asumsi Regresi

Teknik analisis regresi linear berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

a. Uji asumsi normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

b. Uji asumsi heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pancar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

c. Uji asumsi multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*)

3. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi, adalah korelasi antara dua variabel yang tidak mempunyai hubungan kausal/ sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional (Sugiyono, 2010:269)

Tabel berikut akan memperlihatkan besarnya koefisien korelasi:

TABEL 3.7
INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
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: Sugiyono (2010:250)

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam menggunakan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$ menggunakan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\% \quad (\text{Riduwan, 2010:81})$$

Keterangan:

KD = Nilai Koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan satu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau

lebih. Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Sehingga analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2012:277).

Bentuk persamaan regresi berganda untuk empat prediktor sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 \quad (\text{Sugiyono, 2012:277})$$

Keterangan :

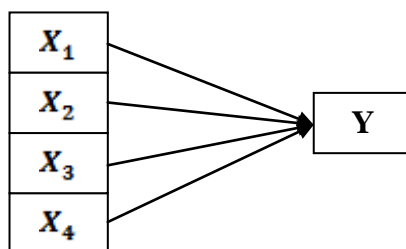
a = konstanta

b = koefisien regresi

Y = variabel dependen (variabel terikat)

X = variabel independen (variabel bebas)

Analisis regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) yaitu variasi produk, yang terdiri dari ukuran (X_1), harga (X_2), tampilan (X_3) dan ketersediaan produk (X_4) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian konsumen di Rumah Talas. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti Gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.1
REGRESI LINIER BERGANDA

Keterangan:

X = Variasi Produk

X_1 = Ukuran

X_2 = Harga

X_3 = Tampilan

X_4 = Ketersediaan Produk

Y = Keputusan Pembelian

Langkah terakhir dalam analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen dengan variabel dependen, yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \rho = 0$, tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variasi produk (X) yang terdiri dari ukuran (x1), harga (x2), tampilan (x3) dan ketersediaan produk (x4) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di Rumah Talas.

$H_a : \rho \neq 0$, terdapat pengaruh yang signifikan dari variasi produk (X) yang terdiri dari ukuran (x1), harga (x2), tampilan (x3) dan ketersediaan produk (x4) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di Rumah Talas Bogor.

Adapun untuk membantu dalam pengolahan data dan pengujian hipotesis, dapat menggunakan bantuan perangkat lunak *SPSS (Statistical Product for Service Solutions) 18.0 for windows* dan dibantu *software microsoft office excel*.