

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menganalisis pengaruh pengembangan diversifikasi produk *crispy baby fish* dengan tiga macam sambal (sambal kencur, sambal ijo dan sambal balado) sebagai alternatif makanan siap saji. Dalam penelitian ini, objek penelitian meliputi *variabel independent* dan *variabel dependent*. Menurut Sugiyono (2013. Hlm. 39) “*variabel independent* : Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah diversifikasi konsentris mencakup Kemenarikan dan Keunikan.

Sedangkan *variabel dependen* : sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel terikat (*dependent variabel*) adalah proses keputusan pembelian yang mencakup, Pengenalan masalah, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, dan Keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan di pusat berbelanja Hypermart Cianjur yaitu di Jalan KH. Abdullah bin Nuh No 1 Cianjur, dimana yang menjadi subjek penelitian ini adalah seluruh pengunjung di Hypermart Cianjur.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan eksperimental. Sugiyono (2012. Hlm. 89) mengemukakan bahwa :

Deskriptif berisi tentang penjelasan terhadap variabel-variabel yang diteliti melalui pendefinisian dan uraian yang lengkap dan mendalam dari berbagai referensi sehingga ruang lingkup, kedudukan dan prediksi terhadap hubungan

antar variabel yang akan diteliti menjadi lebih jelas dan terarah. Sedangkan eksperimental Menurut Sugiyono (2012. Hlm. 107) “Eksperimental adalah metode penelitian yang digunakan untuk mencari pengaruh perilaku tertentu terhadap yang lain dalam kondisi yang terkendali”.

Pelaksanaan eksperimen digunakan sebagai tahap implementasi atau uji coba model pelatihan keterampilan usaha terpadu. Kajian penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif analitik. Melalui penelitian yang bersifat deskriptif secara garis besar memiliki dua tujuan; pertama, untuk mengetahui potensi dan pengembangan sumber daya yang ada, atau frekuensi terjadinya aspek fenomena sosial tertentu. Kedua, untuk mendeskripsikan secara terperinci tentang fenomena sosial tertentu. Sedangkan secara analitik, analisisnya menggunakan metode yang bertujuan untuk menguji hasil secara statistik, dan hasilnya berfungsi untuk memperkuat jawaban secara deskriptif sesuai permasalahan yang diajukan dalam penelitian.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini dilakukan penjabaran sejumlah variabel dan konsep variabel, indikator serta ukuran dan skala. Yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
Diversifikasi Produk (X ₁)	Upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan yang profitabilitas dan fleksibilitas. (Tjiptono, 2008, hlm. 132)				
Diversifikasi Konsentris (X _{1.1})	Dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran/ teknologi dengan produk yang sudah ada. (Tjiptono, 2008, hlm. 132)	Kemenarikan produk baru yang terkait dengan <i>Crispy Baby Fish</i>	-Tingkat kemenarikan rasa produk <i>crispy baby fish</i> sambal kencur	Ordinal	III A.1
			- Tingkat kemenarikan rasa produk <i>crispy baby fish</i> sambal ijo	Ordinal	III A.2
			- Tingkat kemenarikan rasa produk <i>crispy baby fish</i> sambal balado.	Ordinal	III A.3
			- Tingkat kemenarikan kemasan	Ordinal	III A.4

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
		Keunikan produk baru yang terkait dengan <i>crispy baby fish</i>	- Tingkat keunikan produk <i>crispy baby fish</i> sambal kencur	Ordinal	III A.5
			- Tingkat keunikan produk <i>crispy baby fish</i> sambal ijo	Ordinal	III A.6
			- Tingkat keunikan produk <i>crispy baby fish</i> sambal balado	Ordinal	III A.7
			- Tingkat keunikan kemasan	Ordinal	III A.8
Proses Keputusan Pembelian	“Perilaku pembelian konsumen adalah perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga yang membeli barang-barang dan jasa untuk konsumsi pribadi, secara umum konsumen mengikuti suatu proses atau tahapan dalam pengambilan keputusan”. (Kotler dan Amstrong, 2008, hlm. 178)				
Pengenalan Masalah	Pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan <i>internal</i> ketika salah satu kebutuhan normal seseorang akan merasa lapar dan haus timbul pada tingkat yang cukup tinggi sehingga menjadi dorongan. Kebutuhan juga bisa dipicu oleh rangsangan <i>eksternal</i> . (Kotler dan Amstrong, 2008, hlm. 178)	Mengenali adanya suatu masalah atau kebutuhan.	- Tingkat keinginan konsumen untuk mengkonsumsi ikan.	Ordinal	III B.1

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
			- Tingkat kebiasaan mengkonsumsi cemilan		III B.2
			- Tingkat daya tarik mengkonsumsi makanan rendah kolesterol		III B.3
			- Tingkat daya tarik makanan mengandung minyak atau gorengan		III B.4
			- Tingkat daya tarik makanan pedas		III B.5
			- Tingkat daya tarik mengkonsumsi makanan siap saji		III B.6
Pencarian Informasi	Konsumen yang tertarik mungkin mencari lebih banyak informasi atau mungkin tidak. Jika dorongan konsumen itu kuat dan produk yang memuaskan ada di dekat konsumen. Jika tidak konsumen bisa menyimpan kebutuhan itu dalam ingatannya atau melakukan pencarian informasi yang berhubungan dengan kebutuhan. Sumber-sumber ini meliputi sumber pribadi (keluarga, teman, rekan), sumber komersil (iklan, wiraniaga, situs web, penyaluran, kemasan, tampilan), sumber public (media massa dan pencarian internet), dan sumber pengalaman (penanganan, pemeriksaan, pemakaian produk). (Kotler dan Amstrong, 2008, hlm. 178)	Kejelasan informasi yang diberikan <i>crispy baby fish</i> dalam kemasan	- Tingkat kejelasan informasi manfaat/ kandungan gizi	Ordinal	III B.7

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
			- Tingkat kejelasan informasi komposisi bahan	Ordinal	III B.8
			- Tingkat kejelasan informasi jenis varian/ rasa	Ordinal	III B.9
			- Tingkat kejelasan informasi harga	Ordinal	III B.10
			- Tingkat kejelasan informasi kadaluarsa	Ordinal	III B.11
Evaluasi Alternatif	Evaluasi alternatif yaitu bagaimana konsumen memproses informasi untuk sampai pada pilihan merek. Konsumen sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda melalui beberapa prosedur evaluasi. Bagaimana cara konsumen mengevaluasi alternatif bergantung pada konsumen pribadi dan situasi tertentu. Mengevaluasi kebutuhan dan membeli berdasarkan dorongan dan bergantung pada institusi. Kadang-kadang konsumen mengambil keputusan pembelian sendiri atau meminta nasihat pembelian dari teman, pemandu konsumen, atau wiraniaga. (Kotler dan Armstrong, 2008, hlm. 178)	Mengevaluasi merek-merek alternatif.	- Tingkat perbandingan rasa <i>Crispy Baby Fish</i> dengan produk pesaing.	Ordinal	III B.12
			- Tingkat perbandingan harga <i>Crispy Baby Fish</i> dengan produk pesaing.	Ordinal	III B.13

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
			- Tingkat perbandingan kemasan <i>Crispy Baby Fish</i> dengan produk pesaing.	Ordinal	III B.14
Keputusan pembelian	keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain, apabila seseorang yang mempunyai arti penting bagi Anda akan menirunya. Faktor kedua adalah situasional yang tidak di harapkan. Konsumen mungkin membentuk niat pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan, harga, dan manfaat produk yang diharapkan namun kejadian tidak terduga bisa mengubah niat pembelian. (Kotler dan Amstrong, 2008, hlm. 178)	Tahap dimana konsumen benar-benar melakukan pembelian.	- Tingkat daya tarik memutuskan pembelian produk <i>crispy baby fish</i> rasa Sambal Kencur.	Ordinal	III B.15
			- Tingkat daya tarik memutuskan pembelian produk <i>crispy baby fish</i> rasa Sambal Balado.	Ordinal	III B.16
			- Tingkat daya tarik memutuskan pembelian produk <i>crispy baby fish</i> rasa Sambal Ijo.	Ordinal	III B.17

Sumber : data diolah, 2014

Azny Ratu Nurazani, 2014

STUDI PENGEMBANGAN DIVERSIFIKASI PRODUK CRISPY BABY FISH DALAM UPAYA MEMPENGARUHI PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN : Survey pada pengunjung Hypermart Cianjur

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013. Hlm. 61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, mengingat produk *crispy baby fish* dipasarkan di Hypermart Cianjur, maka populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Hypermart Cianjur tahun 2013 sebesar 720.000 pengunjung.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013. Hlm. 81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Berdasarkan pengertian diatas, maka sampel dalam penelitian ini ditentukan dari beberapa sub populasi yang ada pada pusat berbelanja Hypermart Cianjur. Hal ini dilakukan agar lebih mempermudah dan lebih menspesifikasi data dalam penelitian.

Data yang dimiliki berasal dari pusat berbelanja Hypermart Cianjur berupa populasi sebesar 720.000 pengunjung pada tahun 2013. Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian.

Ukuran sampel (jumlah responden) ditentukan dengan menggunakan metode Slovin, dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran sampel

e = Taraf kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir ($e = 0,1$)

Berdasarkan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{720.000}{1 + 720.000 (0,01)}$$

Azny Ratu Nurazani, 2014

STUDI PENGEMBANGAN DIVERSIFIKASI PRODUK CRISPY BABY FISH DALAM UPAYA
MEMPENGARUHI PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN : *Survey pada pengunjung Hypermart
Cianjur*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$n = 99,99 = 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh ukuran (n) dalam penelitian ini sebesar 100 pengunjung pusat perbelanjaan Hypermart Cianjur.

3.4.3 Teknik Sampel

Menurut Sugiyono (2013. Hlm. 81) “Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”. Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Probability Sampling*. Menurut Sugiyono (2013. Hlm. 218) “*Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling area (cluster) sampling (sampling menurut daerah)*”. Dan teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*.

Menurut Sugiyono (2013. Hlm. 82) “dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sample dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.”

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan untuk diterapkan seseorang atau kelompok, untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam suatu penelitian. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Studi Literatur

Pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh data sekunder, yang dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku teori, literature, majalah dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang sedang diteliti khususnya tentang diversifikasi produk dan proses keputusan pembelian.

2. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2013. Hlm. 142) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.” Kuesioner yang disebar oleh peneliti secara langsung kepada seluruh pengunjung Hypermart Cianjur.

3. Wawancara

Penulis melakukan wawancara tanya jawab secara langsung dalam mengumpulkan data kepada responden.

3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.6.1 Rancangan Analisis Data

3.6.1.1 Uji Validitas

Sugiyono (2013. Hlm. 121) mengemukakan bahwa, “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. *Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.*” Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil jawaban responden. Adapun rumus yang dapat digunakan menurut Sugiyono (2012. Hlm. 241) adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- x = Skor yang diperoleh subjek 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

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai r hitung dibandingkan dengan r tabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$).
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).
4. Berdasarkan kuesioner yang diuji terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% (0,05) dan derajat kebebasan (dk) n-2 (30-2=28), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* komputer SPSS 21 *for windows* menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid. Dapat dilihat tabel tentang hasil uji validitas dari instrumen penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.2
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pertanyaan/ Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
	Diversifikasi Konsentris (X₁)			
1	Kemenarikan rasa produk <i>crispy baby fish</i> sambal Kencur.	0,721	0,374	Valid
2	Kemenarikan rasa produk <i>crispy baby fish</i> sambal Ijo.	0,642	0,374	Valid
3	Kemenarikan rasa produk <i>crispy baby fish</i> sambal Balado.	0,414	0,374	Valid
4	Kemenarikan kemasan.	0,749	0,374	Valid
5	Keunikan produk <i>crispy baby fish</i> sambal Kencur.	0,748	0,374	Valid
6	Keunikan produk <i>crispy baby fish</i> sambal Ijo.	0,602	0,374	Valid
7	Keunikan produk <i>crispy baby fish</i> sambal Balado.	0,748	0,374	Valid
8	Keunikan kemasan.	0,802	0,374	Valid
	Proses Keputusan Pembelian (Y)			
	Pengenalan Masalah (Y₁)			
1	Keinginan konsumen untuk mengkonsumsi ikan.	0,813	0,374	Valid

2	Kebiasaan mengkonsumsi cemilan.	0,791	0,374	Valid
3	Daya tarik mengkonsumsi makanan rendah kolesterol.	0,834	0,374	Valid

Lanjutan Tabel 3.2

4	Daya tarik makanan mengandung minyak atau gorengan.	0,703	0,374	Valid
5	Daya tarik mengkonsumsi makanan pedas.	0,529	0,374	Valid
6	Daya tarik mengkonsumsi makanan siap saji.	0,723	0,374	Valid
	Pencarian Informasi			
7	Kejelasan informasi manfaat/kandungan gizi.	0,753	0,374	Valid
8	Kejelasan informasi komposisi bahan.	0,831	0,374	Valid
9	Kejelasan informasi jenis varian/ rasa.	0,716	0,374	Valid
10	Kejelasan informasi harga.	0,766	0,374	Valid
11	Kejelasan informasi kadaluarsa.	0,688	0,374	Valid
	Evaluasi Alternatif			
12	Perbandingan rasa <i>Crispy Baby Fish</i> dengan produk pesaing.	0,730	0,374	Valid
13	Perbandingan harga <i>Crispy Baby Fish</i> dengan produk pesaing.	0,723	0,374	Valid
14	Perbandingan kemasan <i>Crispy Baby Fish</i> dengan produk pesaing.	0,834	0,374	Valid
	Keputusan Pembelian			
15	Daya tarik memutuskan pembelian produk crispy baby fish rasa Sambal Kencur.	0,813	0,374	Valid
16	Daya tarik memutuskan pembelian produk crispy baby fish rasa Sambal Balado.	0,901	0,374	Valid
17	Daya tarik memutuskan pembelian produk crispy baby fish rasa Sambal Ijo.	0,911	0,374	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data, 2014

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, pengukuran validitas untuk variabel independent diversifikasi produk dan variabel dependent proses keputusan pembelian menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} .

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Azny Ratu Nurazani, 2014

**STUDI PENGEMBANGAN DIVERSIFIKASI PRODUK CRISPY BABY FISH DALAM UPAYA
MEMPENGARUHI PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN : Survey pada pengunjung Hypermart
Cianjur**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Menurut Sugiyono (2010. Hlm. 183) “Reliabilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten”. Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya dan karena hasilnya yang konsisten itu, maka suatu instrumen dapat dipercaya (*reliable*) atau dapat diandalkan (*dependable*).

Berdasarkan skala pengukuran dan item pernyataan maka, teknik perhitungan koefisien reliabilitas yang digunakan adalah koefisien reliabilitas dengan rumus Cronchbach Alpha, yaitu :

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

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau butir soal

S_t^2 = Deviasi standar total

$\sum S_b^2$ = Jumlah deviasi standar butir

Husein Umar, 2008, hlm. 70

Sedangkan rumus variansnya adalah:

$$S^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{n-1}$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

n = Jumlah responden

X = Nilai skor yang dipilih

S^2 = Nilai varians

Husein Umar, 2008, hlm. 172

Azny Ratu Nurazani, 2014

**STUDI PENGEMBANGAN DIVERSIFIKASI PRODUK CRISPY BABY FISH DALAM UPAYA
MEMPENGARUHI PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN : Survey pada pengunjung Hypermart
Cianjur**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pengujian reliabilitas tersebut menurut Sugiyono (2012. Hlm. 190) dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan genap.
2. Skor data dari tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan apabila $Cr > 0,70$.

Pengujian reabilitas instrumen dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$). Dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS 21 *for windows*, diketahui bahwa semua item pada semua variabel reliabel, hal ini dikarenakan nilai *Cronbach Alpha* (*Co hitung*) masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *Cronbach Alpha* (*Co minimal*) yang bernilai 0,70. Berikut tabel hasil uji reabilitas instrumen penelitian.

Tabel 3.3
HASIL UJI REABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Pertanyaan/ Pernyataan	Co hitung	Co minimal	Keterangan
1	Diversifikasi Konsentris	0,799	0,70	Reliabel
2	Proses Keputusan Pembelian	0,767	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data, 2014

Berdasarkan tabel tersebut, variabel yang memiliki nilai reabilitas tertinggi adalah Diversifikasi Konsentris memiliki nilai r_{hitung} sebesar 0,799. Sedangkan variabel Proses Keputusan Pembelian dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,767.

3.6.2 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2013. Hlm. 147) “Kegiatan dalam analisis data adalah : mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket. Angket ini disusun penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu

memberikan keterangan data mengenai pengaruh Diversifikasi produk terhadap proses keputusan pembelian di Hypermart Cianjur.

Pemberian skor jawaban pada setiap item angket dijadikan alat pengumpul data. Untuk masing-masing pernyataan angket dimana penelitian ini menganalisis satu variabel bebas (X) yaitu diversifikasi konsentris. Variabel terikat (Y) yaitu proses keputusan pembelian. Untuk setiap pertanyaan dari angket diberi 5 alternatif jawaban :

TABEL 3.4
SKOR ALTERNATIF JAWABAN ITEM PERTANYAAN VARIABEL X
DAN Y

Alternatif Jawaban	Sangat Tinggi	Tinggi	Cukup Tinggi	Rendah	Sangat Rendah
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

3.6.2.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Data yang terkumpul dari hasil kuesioner harus diolah agar memperoleh makna yang berguna bagi pemecahan masalah. Angket merupakan alat penelitian yang penulis gunakan. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh diversifikasi produk terhadap proses keputusan pembelian. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi dan penerapan pada pendekatan penelitian.

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

1. Analisis Deskriptif Diversifikasi Produk

Variabel pada penelitian terhadap diversifikasi produk yang meliputi : Kemenarikan dan keunikan.

2. Analisis Deskriptif Proses Keputusan Pembelian

Variabel pada penelitian terhadap proses keputusan pembelian yang meliputi : Pengenalan masalah, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, dan Keputusan pembelian.

3.6.2.2 Rancangan Analisis Eksperimen Dengan Menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana

Teknik analisa data yang digunakan untuk melihat pengaruh diversifikasi konsentris (X) terhadap proses keputusan pembelian (Y) yaitu menggunakan analisis regresi linier sederhana karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel.

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan terbebas dan adanya gejala normalitas dan linearitas.

A. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak, sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik (*statistik inferensial*). Cara yang biasa dipakai untuk menghitung uji normalitas adalah *Chi Square*. Tapi karena tes ini memiliki kelemahan, maka yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kolmogorov – Smirnov*. Kedua tes masuk dalam kategori *Goodness Of Fit Tes* (Sugiyono, 2012, hlm. 67).

Goodness Of Fit Tes artinya uji apakah data empirik yang didapat dari lapangan itu sesuai dengan distribusi teoritik tertentu. Dengan kata lain, apakah data dalam penelitian itu dari populasi yang berdistribusi normal. Pertama, Tes-tes parametrik itu dibangun dari distribusi normal, dapat dilihat dalam tabel t- tes misalnya, pembuatannya itu mengacu pada tabel normalitas. Kedua, dapat diasumsikan bahwa sampel dalam suatu penelitian benar-benar mewakili populasi sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi. Karena dalam pandangan statistik itu, sifat dan karakteristik populasi adalah terdistribusi secara normal.

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* komputer SPSS 21 *for windows*. Pengujian normalitas data dapat dilihat dari hasil kurva *Normal Probability Plot*, suatu data pada variabel dapat dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar

garis diagonal, dan penyebaran titik – titik data searah mengikuti garis diagonal. Model regresi layak dipakai apabila nilai residunya mengikuti distribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan *software* komputer SPSS 21 *for windows*. Uji linearitas, dapat diketahui dengan besarnya angka pada Deviation From Linearity lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$) berarti hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen adalah linear berdasarkan tabel ANOVA hasil pengolahan data. Kriteria pengambilan keputusan pengujian linearitas berdasarkan hasil pengujian jika terlihat bahwa nilai Sig. untuk *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05 maka artinya data berpola linear. Dan jika sebaliknya artinya data tidak berpola linear.

3. Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independent yaitu diversifikasi konsentris dengan satu variabel dependen yaitu proses keputusan pembelian. Dengan menggunakan teknis analisis regresi linier sederhana dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut :

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

Rumus :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Harga Y ketika harga X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis

turun.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

4. Mencari Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas terhadap variasi (naik/turunnya) variabel terikat, maka digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus berikut :

$$KD = r^2 \times 100 \% \quad (\text{Riduwan dan Sunarto, 2009:80})$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinansi

R = Koefisien korelasi

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada halaman berikut :

Tabel 3.5
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI KOEFISIEN DETERMINASI

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% - 19,99%	Sangat rendah
20% - 39,99%	Rendah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012:250)

3.7 Pengujian Hipotesis

3.7.1 Uji t Statistik

Menurut Ibnu Subianto (2000. Hlm. 204) untuk menguji pengaruh variabel bebas (*independent*) secara parsial terhadap variabel terikat (*dependent*) digunakan pengujian koefisien regresi secara parsial, yaitu dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} dengan rumus sebagai berikut :

$$Uji t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Uji t bertujuan untuk menguji tingkat signifikan dari setiap variabel *independent* secara parsial terhadap variabel *dependent*. Kriteria untuk menolak

atau menerima hipotesis pada tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05, pada taraf signifikan 95% adalah :

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berikut hipotesisnya :

1. $H_0 : p = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara diversifikasi produk terhadap proses keputusan pembelian.
2. $H_a : p \neq 0$: Terdapat pengaruh yang signifikan antara diversifikasi produk terhadap proses keputusan pembelian.