

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sebuah restoran yang berada di hotel Banana Inn, terletak di Jl. Setiabudhi No. 199 Bandung. Penelitian ini mencari gambaran mengenai pengaruh harga dan varian makanan terhadap rendahnya keputusan pembelian menu unpopuler di B'Leaf Café Bandung. Objek penelitian adalah harga (X_1) dan varian makanan (X_2) sebagai variable bebas atau variable independen. Kemudian keputusan pembelian konsumen (Y) sebagai variable terikatnya atau variable dependen.

3.2 Metode dan Jenis Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Menurut Suharsaputra (2012, hal. 49) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena dari data-data numeric, kemudian menggunakan statistic dalam melakukan analisisnya.

3.2.2 Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian maka penelitian kuantitatif yang digunakan termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh harga dan varian makanan terhadap keputusan pembelian menu unpopuler di B'leaf Café Bandung. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Prasetyo (2006, hal. 42) bahwa “penelitian deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena”.

Selanjutnya dilakukan penelitian verifikatif untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Arikunto, 2006, hal. 8).

3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Secara umum ada dua macam variable penelitian yaitu :

- a. Variabel independen; variable ini sering disebut variable bebas. Variable bebas merupakan suatu kondisi yang ingin diselidiki, diteliti, atau dikaji dan mempengaruhi variable lain (Utama, 2012, hal. 47).

Variabel bebas dalam penelitian ini ada dua:

- 1) Harga (X_1), sebagaimana yang dikemukakan oleh Kotler, Keller (2016, hal. 483) bahwa keputusan pembelian seringkali didasarkan pada anggapan konsumen mengenai harga dan berapa harga actual saat ini yang mereka pertimbangkan.
 - 2) Varian makanan (X_2), sebagaimana yang diungkapkan oleh Marsum WA (2005, hal. 54) bahwa varian makanan yang ditawarkan harus bisa menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Agar menu yang disusun dapat mencapai sasarannya maka penyusun menu harus memperhatikan kepentingan customer atau tamu-tamu langganannya.
- b. Variabel dependen; dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variable terikat. Berdasarkan sifatnya variable ini sering sebagai variable output, criteria, konsekuen. Variabel terikat ditentukan atau tergantung atau dipengaruhi variable lain (Utama, 2012, hal. 46).

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen pada menu unpopular (Y). Keputusan membeli yaitu tahap dari proses keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli produk. Menurut Kotler (2016, hal. 187) keputusan pembelian dipengaruhi oleh rangsangan pemasaran yang akan menghasilkan respon tertentu dari konsumen.

Operasionalisasi variable dalam penelitian ini bisa digambarkan secara rinci dalam table 3.1 sebagai berikut:

TABEL 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Teoritis 1	Dimensi 2	Indikator 3	Skala 4	No. Item 5	Alat Kumul Data 6
<p>Harga (X_1), bahwa keputusan pembelian seringkali didasarkan pada anggapan konsumen mengenai harga dan berapa harga actual saat ini yang mereka pertimbangkan (Kotler, 2016, hal. 483).</p>	<p>Kemungkinan harga referensi yang menjadi pertimbangan konsumen adalah sebagai berikut :</p>	<p>1. Wajar atau tidaknya harga makanan yang ditawarkan</p>	Interval	1	Kuesioner
	<p>1. Harga yang wajar atau harga produk seharusnya</p>	<p>2. Kesesuaian harga makanan yang ditawarkan dengan harga makanan seharusnya</p>	Interval	2	Kuesioner
	<p>2. Harga pada umumnya</p>	<p>3. Kesesuaian harga makanan dengan ukuran porsi yang disajikan</p>	Interval	3	Kuesioner
	<p>3. Harga terakhir yang dibayarkan</p>	<p>1. Kesesuaian harga makanan dengan harga pada umumnya</p>	Interval	4	Kuesioner
	<p>4. Batas atas harga (harga tertinggi yang bersedia dibayar oleh sebagian besar konsumen)</p>	<p>1. Seberapa jauh kenaikan harga makanan dari harga terakhir yang dibayarkan</p>	Interval	5	Kuesioner
		<p>1. Mahal atau tidaknya harga makanan yang ditawarkan di mata sebagian besar konsumen</p>	Interval	6	Kuesioner

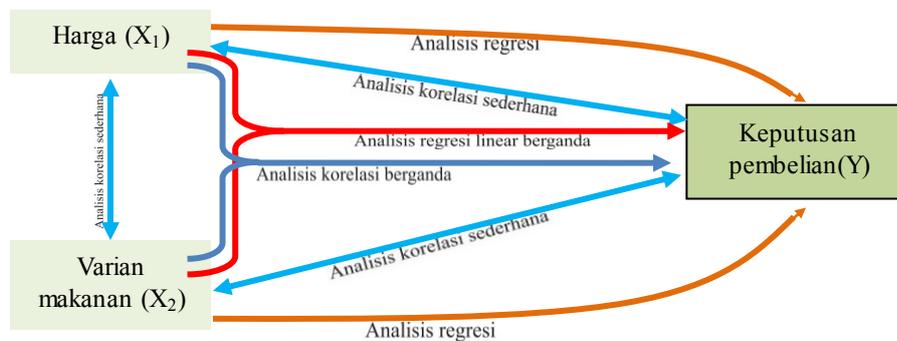
	5.Harga pesaing	1. Keunggulan harga makanan yang ditawarkan dibandingkan harga makanan di restoran hotel bintang 4 lainnya	Interval	7	Kuesioner
<p>Varian makanan (X_2) yang ditawarkan harus bisa menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Agar menu yang disusun dapat mencapai sasarannya maka penyusun menu harus memperhatikan kepentingan customer atau tamu-tamu langganannya.</p> <p>(Marsum WA, 2005, hal.54)</p>	<p>Faktor –faktor yang menyangkut kepentingan pelanggan :</p> <p>1. <i>Wants and needs</i></p>	1. Kesesuaian varian makanan yang disediakan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen	Interval	8	Kuesioner
		<p>2. <i>Concepts of value</i></p>	1. Tingkat manfaat gizi dari makanan.	Interval	9
	2. Seberapa besar nilai keindahan makanan di mata konsumen		Interval	10	Kuesioner
	3. Seberapa besar nilai rasa makanan menurut konsumen		Interval	11	Kuesioner
	4. Tingkat keunikan makanan		Interval	12	Kuesioner
3. <i>Demographic concern</i>	1. Kesesuaian varian makanan yang ditawarkan dengan selera dari sebagian besar konsumen berdasarkan asal daerahnya	Interval	13	Kuesioner	
4. <i>Ethnic factor</i>	1. Kesesuaian varian makanan yang ditawarkan dengan selera sebagian besar konsumen berdasarkan etnisnya	Interval	14	Kuesioner	

	5. <i>Visual appeal</i>	1. Daya tarik makanan berdasarkan penampilannya	Interval	15	Kuesioner	
		2. Daya tarik nama makanan yang tertulis pada daftar menu	Interval	16	Kuesioner	
		3. Tingkat kejelasan istilah yang digunakan dalam penulisan menu	Interval	17	Kuesioner	
		4. Tingkat kejelasan keterangan komposisi menu	Interval	18	Kuesioner	
	Keputusan pembelian (Y) adalah sebuah respon pembeli dari rangsangan pemasaran yang dilakukan produsen, respon pembeli yang dapat diamati ini meliputi pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan jumlah,	6. <i>Aromatic appeal</i>	1. Daya tarik makanan berdasarkan aromanya	Interval	19	Kuesioner
			1. Tingkat pembelian berdasarkan kesesuaian makanan dengan keinginan dan kebutuhan	Interval	20	Kuesioner
	Dimensi keputusan pembelian meliputi:	2. Keputusan karena jenis Produk	Interval	21	Kuesioner	
		2. Keputusan karena bentuk produk	1. Tingkat pembelian berdasarkan daya tarik penampilan makanan	Interval	22	Kuesioner
	3. Keputusan karena Jumlah Produk		2. Tingkat pembelian berdasarkan kesesuaian ukuran porsi makanan	Interval	23	Kuesioner
		1. Tingkat pembelian berdasarkan paket-paket yang ditawarkan	Interval	24	Kuesioner	

pemilihan lokasi dan jumlah yang dibeli. (Kotler, 2016, hal. 187)	4. Keputusan karena waktu pembelian	1. Pertimbangan membeli makanan berdasarkan jam makan (<i>breakfast, lunch, dinner</i>) 2. Tingkat pembelian saat ada diskon	Interval Interval	25 26	Kuesioner Kuesioner
	5. Keputusan karena merek produk	1. Pembelian berdasarkan ketertarikan terhadap Banana Inn sebagai hotel kelas bintang 4	Interval	27	Kuesioner
	6. Keputusan karena lokasi penjualnya	1. Pertimbangan membeli makanan karena lokasi restoran berada di dalam hotel	Interval	28	Kuesioner

Sumber : Data diolah, 2017

Adapun untuk menggambarkan secara lebih jelas rancangan penelitian terhadap variable-variabel yang telah ditentukan dibuat model penelitian sebagai berikut:



GAMBAR 3.1
Model Penelitian

Keterangan :

- Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan antar variable

- Analisis regresi dilakukan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variable bebas terhadap variable terikat

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi disebut juga agregasi (keseluruhan) atau universe yang terdiri dari unit total informasi yang ingin diketahui dalam suatu penelitian (Suharsaputra, 2012, hal. 114). Pada penelitian ini populasi (N) yang diambil oleh peneliti adalah tamu hotel Banana Inn Bandung yang pernah membeli menu A'la Carte di B'leaf Café periode Januari 2016-Desember 2016. Adapun ukuran populasi dalam penelitian ini adalah jumlah rata-rata tamu restoran setiap bulan yang memesan menu a'la carte di B'leaf Café sebanyak 196 orang.

3.4.2 Sampel

Dari populasi yang ingin dikaji kemudian ditentukan sampelnya melalui prosedur sampling. Sampel merupakan bagian dari populasi yang harus mewakili karakteristik populasinya (Suharsaputra, 2012:114). Tujuan dari penarikan sampel adalah agar penelitian dapat dikaji secara efektif dan efisien serta akurat melalui pengkajian pada sampel yang terpilih.

Teknik penarikan sampel yang dipilih adalah *non-probability sampling*, yaitu cara pengambilan sampel dimana setiap elemen populasi tidak mendapat kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan yakni *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan jalan mengambil individu siapa saja yang dapat dijangkau atau ditemui serta bersedia dipilih menjadi anggota sampel pada saat peneliti melaksanakan penelitiannya (Suharsaputra, 2012, hal. 118).

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil dari suatu populasi adalah dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

dimana : n = ukuran sampel minimal
 N = ukuran populasi
 e = batas ketelitian, toleransi ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel

Adapun ukuran populasi untuk penelitian ini adalah jumlah rata-rata tamu setiap bulan yang pesan menu a'la carte di B'leaf café sebanyak 196 orang. Sehingga dengan batas ketelitian sebesar 10 % total sampel minimalnya adalah :

$$N = \frac{196}{1+196(0,1)^2}$$

$$N = \frac{196}{1+196(0,01)}$$

$$N = \frac{196}{1+1,96}$$

$$N = \frac{196}{2,96}$$

$$N = 66,216 \approx 67$$

Jadi, sampel minimal yang harus ditarik dalam penelitian ini sebanyak 67 orang.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data adalah bahan keterangan tentang sesuatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. Samsudin Sulaiman (2013: 18) menyatakan bahwa suatu data dikumpulkan untuk memperoleh gambaran tentang suatu persoalan atau keadaan. Selain itu, pengumpulan data bertujuan sebagai dasar untuk mengambil keputusan dan memecahkan persoalan.

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan existing statistics dan penyebaran angket atau kuesioner.

a. Existing statistics

Existing statistic dilakukan dengan mengumpulkan suatu ketersediaan data mentah yang perlu diolah untuk menghasilkan informasi tertentu (Prasetyo, 2006, hal. 168). Peneliti mengumpulkan data dari pihak manager Food and Beverage hotel Banana Inn seperti daftar menu a'la

carte yang ada di B'leaf Café, daftar harga per porsi, daftar biaya bahan baku per porsi, serta total penjualan per item menu yang selanjutnya akan diolah menggunakan metode *menu engineering*.

b. Penyebaran kuesioner

Kuesioner merupakan pertanyaan terstruktur yang digunakan kepada banyak orang, untuk kemudian dicatat, diolah, dan dianalisis (Prasetyo, 2006, hal. 143). Kuesioner ini disebarakan kepada sampel penelitian untuk memperoleh data mengenai persepsi mereka terhadap harga dan varian makanan pada menu unpopular di B'leaf café. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang telah dirumuskan.

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Agar kegiatan pengumpulan data menjadi mudah dan sistematis maka diperlukan alat bantu pengumpulan data yang disebut instrument penelitian. Kuesioner menjadi alat bantu dalam mengumpulkan data pada penelitian ini. Menyusun instrumen penelitian adalah tahapan yang sangat penting dalam proses penelitian ilmiah sehingga instrumen tersebut harus valid dan reliable. Valid artinya suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan (kebenaran) suatu alat ukur, sedangkan reliable adalah keandalan atau keajekan (konsistensi) alat pengumpul dalam penelitian (M.B.A, 2003, hal. 1). Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS (Statistical Product for Service Solution) 23 for Windows*.

3.6.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian

Untuk mengukur validitas instrumen dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \{\sum x\}\{\sum y\}}{N} \sqrt{\left\{ \frac{\sum x^2 - (\sum x)^2}{N} \right\} \left\{ \frac{\sum y^2 - (\sum y)^2}{N} \right\}}$$

dengan pengertian:

r_{xy} : koefisien korelasi antara x dan y r_{xy}

N : Jumlah Subyek

X : Skor item

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor items

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

(Suharsaputra, 2012, hal.102)

Keputusan pengujian validitas item instrument dengan taraf signifikansi 5% adalah sebagai berikut :

1. Item instrument dinyatakan valid jika r_{hitung} lebih besar sama dengan (\geq) dari r_{tabel} .
2. Item instrument dinyatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil ($<$) dari r_{tabel} .

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrument harga dan varian makanan sebagai variable X dan keputusan pembelian sebagai variable Y.

Variabel	No Item	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga (X ₁)	1.	Wajar atau tidaknya harga makanan yang ditawarkan	0,739	0,361	Valid
	2.	Kesesuaian harga makanan dengan harga seharusnya	0,784	0,361	Valid
	3.	Kesesuaian harga makanan dengan ukuran porsinya	0,627	0,361	Valid
	4.	Kesesuaian harga makanan dengan harga	0,644	0,361	Valid

		pada umumnya di restoran hotel bintang 4			
	5.	Seberapa jauh kenaikan harga makanan dengan harga terakhir yang dibayarkan	0,712	0,361	Valid
	6.	Mahal atau tidaknya harga makanan yang ditawarkan	0,713	0,361	Valid
	7.	Perbandingan harga makanan yang ditawarkan dengan harga makanan di restoran hotel bintang 4 lainnya	0,724	0,361	Valid

Sumber : Pengolahan data, 2017

TABEL 3.3
Hasil Uji Validitas Kuesioner Varian Makanan (X₂)

	No item	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Variabel Varian makanan (X ₂)	8.	Kesesuaian varian makanan dengan keinginan dan kebutuhan anda	0,427	0,361	Valid
	9.	Tingkat manfaat gizi dari makanan	0,765	0,361	Valid
	10.	Bagaimana nilai keindahan menurut anda?	0,424	0,361	Valid
	11.	Rasa makanan	0,761	0,361	Valid
	12.	Tingkat keunikan makanan	0,437	0,361	Valid
	13.	Kesesuaian makanan dengan selera berdasarkan asal daerah anda	0,673	0,361	Valid
	14.	Kesesuaian varian makanan dengan selera berdasarkan etnis anda	0,747	0,361	Valid
	15.	Daya tarik makanan berdasarkan penampilannya	0,764	0,361	Valid
	16.	Daya tarik nama makanan yang tertulis pada menu	0,777	0,361	Valid
	17.	Tingkat kejelasan istilah yang digunakan dalam penulisan nama makanan	0,761	0,361	Valid
	18.	Tingkat kejelasan komposisi menu	0,611	0,361	Valid
	19.	Daya tarik makanan berdasarkan aromanya	0,783	0,361	Valid

Sumber : Pengolahan data, 2017

TABEL 3.4
Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)

	No item	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Variabel keputusan pembelian (Y)	20.	Saya melakukan pembelian karena makanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan	0,536	0,361	Valid
	21.	Saya melakukan pembelian karena daya tarik nama makanan	0,641	0,361	Valid
	22.	Saya melakukan pembelian karena daya tarik penampilan makanan	0,484	0,361	Valid

Fatmala Anggraeni, 2017

ANALISIS HARGA DAN VARIAN MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

23.	Saya melakukan pembelian karena ukuran porsinya sesuai	0,412	0,361	Valid
24.	Saya melakukan pembelian dengan jumlah banyak berdasarkan paket-paket yang ditawarkan	0,389	0,361	Valid
25.	Saya memilih makanan berdasarkan jam makan (breakfast, lunch, dinner)	0,529	0,361	Valid
26.	Sering melakukan pembelian makanan saat ada diskon	0,528	0,361	Valid
27.	Saya melakukan pembelian makanan karena ketertarikan terhadap hotel Banana Inn	0,712	0,361	Valid
28.	Saya melakukan pembelian makanan karena lokasi restoran berada di dalam hotel	0,501	0,361	Valid

Sumber : Pengolahan data, 2017

3.6.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama. Pengujian reliabilitas instrument penelitian ini dengan menggunakan *cronbach alpha* sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum SDb^2}{SDt^2} \right)$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas alpha

k = kelompok/jumlah item

SDb^2 = varians skor kelompok

SDt^2 = varians skor total

(Suharsaputra, 2012, hal.112)

Keputusan pengujian reliabilitas instrument adalah sebagai berikut :

1. Item instrument dinyatakan reliable jika alpha atau r_{hitung} lebih besar ($>$) dari r_{tabel} .

2. Item pertanyaan dinyatakan reliable jika α atau r_{hitung} kurang ($<$) dari r_{tabel}

TABEL 3.5
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Kuesioner	Jumlah Pertanyaan	Koefisien Reliabilitas	N	Keterangan
Harga	7	0,829	30	Reliabel
Varian Makanan	12	0,885	30	Reliabel
Keputusan Pembelian	9	0,672	30	Reliabel

Sumber : Pengolahan data, 2017

3.7 Analisis Data

3.7.1 Metode Pendekatan ke dalam Menggunakan Tabel *Menu Engineering*

Dalam melakukan analisis data, tahap pertama adalah menganalisis data penjualan B'leaf Café dengan metode *menu engineering*. Berikut adalah tabel yang digunakan untuk perhitungan *menu engineering*.

TABEL 3.6
Tabel pengisian Angka *Menu Engineering*

Menu Item names	Item Food Cost	Selling Price	Amount Sold per Item	Food Cost %	Total Food Cost	Total Food Sales	Menu Mix %	CM Item	CM %	Total CM	MM Class	CM Class	Menu Item Classification
Item 1													
Item 2													
Item 3													
Item 4													
Item 5													
Item 7													
Item 8													
Item n											PI	AW CM	

Data yang telah diperoleh dari manajer restoran dimasukkan kedalam tabel di atas. Adapun teknik perhitungan menu engineering adalah sebagai berikut:

Fatmala Anggraeni, 2017

ANALISIS HARGA DAN VARIAN MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- a. $\text{Food Cost \%} = \text{Item Food Cost} / \text{Selling Price} \times 100$
- b. $\text{Total Food Cost} = \text{Item Food Cost} \times \text{Amount Sold per Item}$
- c. $\text{Total Food Sales} = \text{Selling Price} \times \text{Amount Sold per Item}$
- d. $\text{Menu Mix \%} = \text{Amount Sold per Item} / \text{Total Amount Sold} \times 100$
- e. $\text{CM Item} = \text{Selling Price} - \text{Item Food Cost}$
- f. $\text{CM \%} = \text{CM Item} / \text{Selling Price} \times 100$
- g. $\text{Total CM} = \text{Total Food Sales} - \text{Total Food Cost}$
- h. $\text{Average Weight Contribution Margin (AWCM)} = \text{Total CM} / \text{Total Number of Menu Item}$
- i. $\text{Average Volume (Popularity Indeks)\%} = 70 \times 1 / \text{number of item menu}$

Setelah dilakukan pengolahan data dengan teknik perhitungan *menu engineering* selanjutnya peneliti akan mengklasifikasikan menu berdasarkan menu mix yang menunjukkan kepopuleran suatu menu dan berdasarkan CM (*Contribution Margin*) yaitu selisih antara *selling price* dan *food cost*.

Untuk ketentuan klasifikasi menu dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.7
Pengklasifikasian Menu

MM Class	CM Class	Menu Classification
High	High	Star
High	Low	Plowhorse
Low	High	Puzzle
Low	Low	Dog

Dari pengklasifikasian menu tersebut maka dapat diketahui kategori menu populer dan unpopuler. Menu populer adalah menu dengan *Menu Mix Classification* yang tinggi yaitu menu pada klasifikasi star dan plowhorse. Sedangkan menu unpopuler adalah menu dengan *Menu Mix Classification* yang rendah yaitu menu pada klasifikasi puzzle dan dog.

3.7.2 Metode Pendekatan keluar menggunakan Analisis Korelasi dan Regresi

3.7.2.1 Analisis Korelasi

Analisis korelasi atau analisis hubungan merupakan suatu metode untuk mengukur tingkat atau derajat hubungan antar variable (Kusherdiana, 2013, hal. 124). Artinya, dengan melakukan analisis korelasi akan diperoleh informasi atau gambaran tentang tingkat hubungan antar variable. Usaha mencari hubungan antar variabel ini adalah agar dapat melihat pengaruh antar variable sebagaimana tujuan dari penelitian yaitu mencari gambaran mengenai pengaruh harga (X_1) dan varian makanan (X_2) sebagai variable bebas terhadap keputusan pembelian (Y) sebagai variable terikatnya.

Dalam penelitian ini terdiri dari dua variable bebas (X_1 , X_2) serta satu variable terikat (Y), maka hubungan antara masing-masing variable antara X_1 dengan Y ; antara X_2 dengan Y ; dan antara X_1 dengan X_2 dilakukan dengan cara perhitungan korelasi sederhana yang dikenal dengan *Product Moment Pearson*. Adapun cara perhitungan korelasi antara X_1 dan X_2 dengan Y adalah sebagai berikut:

$$R_{y, x_1, x_2} = \sqrt{\frac{r^2 y x_1 + r^2 y x_2 - 2r y x_1 \cdot r y x_2 \cdot r x_1 x_2}{1 - r^2 x_1 x_2}}$$

(Suharsaputra, 2011, hal.135)

Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1 ($-1 \leq r \leq 1$)

1) artinya jika :

1. $r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)
 $r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negative (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negative)
2. $r = 0$, hubungan X dan Y sangat lemah atau tidak ada hubungan.

Untuk memberikan tafsiran pada nilai koefisien korelasi, menggunakan patokan sebagai berikut:

TABEL 3.8

Kriteria Koefisien Korelasi

Positif	Negatif	Penafsiran
0,90 – 1,00	-0,90 – -1,00	Korelasi sangat tinggi
0,70 – 0,90	-0,70 – -0,90	Korelasi tinggi
0,50 – 0,70	-0,50 – -0,70	Korelasi sedang
0,30 – 0,70	-0,30 – -0,70	Korelasi rendah
0,00 – 0,30	-0,00 – -0,30	Korelasi kecil

Sumber : Dennis E. Hinkle dalam Suharsaputra, 2012. Hal.138

Sementara untuk menjelaskan sejauhmana penyebaran harga-harga variable bebas dapat menjelaskan harga variable terikat dapat diketahui dengan menentukan koefisien determinasi. Koefisien determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi, hasilnya berbentuk persentase. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variable bebas terhadap variable terikat. Rumus Koefisien Determinasi yaitu; Koefisien Determinasi = $r^2 \times 100\%$

3.7.2.2 Analisis Regresi

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini disebut regresi berganda karena variable pengamatan lebih dari dua variable. Analisis regresi dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai bentuk dan arah hubungan antar variable. Adapun cara perhitungannya menggunakan bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Dengan a = koefisien kontanta dari persamaan

b = koefisien regresi atau koefisien arah dari persamaan

x = skor variable bebas

y = skor variable terikat

Dimana nilai a dan b dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

1. $\sum Y = Na + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$
2. $\sum X_1Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1X_2$
3. $\sum X_2Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1X_2 + b_2 \sum X_2^2$

(Suharsaputra, 2012, hal. 139)

X dikatakan mempengaruhi Y, manakala berubahnya X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya Y disebabkan naik turunnya X, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi.

3.8 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk menetapkan apakah hipotesis dalam penelitian ditolak atau diterima. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan pengujian koefisien regresi secara parsial (uji t) dan secara simultan (uji f).

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variable bebas secara individual terhadap variable terikat dengan persamaan sebagai berikut:

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

Dimana :

t = nilai t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel

Adapun ketentuan untuk menerima atau menolak hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variable bebas berpengaruh signifikan terhadap variable terikat.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, variable bebas tidak berpengaruh terhadap variable terikat.

Untuk menguji bahwa keseluruhan variable bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variable terikat dilakukan melalui uji simultan (uji F), dengan persamaan sebagai berikut:

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

Dimana :

R = Koefisien korelasi ganda

k = jumlah variable bebas

n = jumlah sampel

Adapun ketentuan untuk menerima atau menolak hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh antara harga dan varian makanan terhadap keputusan pembelian.
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, tidak terdapat pengaruh antara harga dan varian makanan terhadap keputusan pembelian.

