

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan pada salah satu restoran dengan konsep unik yakni Restoran Kampung Daun yang terletak di kawasan Villa Trinity Lembang. Adapun objek yang akan diteliti yakni evaluasi penerapan *personal selling* terhadap keputusan pembelian menu *unpopular dan profitable*. Objek penelitian ini terdiri dari dua variabel, yakni variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terkait (*dependent variabel*). Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini terdapat dua faktor yaitu *personal selling* (X_1) dan menu (X_2). Sedangkan yang menjadi variabel terikat yaitu keputusan pembelian yang berikutnya akan disebut sebagai variabel Y. Peneliti menggunakan data penjualan satu tahun terakhir, terhitung pada periode September 2016 – Agustus 2017 untuk dianalisis lebih lanjut.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini dianggap cocok untuk membahas apa yang sudah dijadikan rumusan masalah. Menurut Leedy dalam (Rai Utama. 2012 : 117) penelitian adalah suatu proses untuk untuk mendapat jawaban terhadap suatu pertanyaan, penyelesaian permasalahan terhadap suatu fenomena yang memiliki ciri sistematis dan factual. Sedangkan menurut Mayuri (2008 : 12) penelitian kuantitatif yakni penelitian yang mementingkan rekam data sebanyak-banyaknya dari jumlah populasi yang luas dan tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, juga didominasi oleh peran statistic dalam pemecahan masalahnya.

Berdasarkan variabel yang akan diteliti, metode yang dianggap pas dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan membuat deskripsi atas suatu fenomena social atau alam secara sistematis, factual, dan akurat (Wardiyanta. 2010 : 5). Sedangkan metode

Yayan Ernawan, 2018

EVALUASI PENERAPAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENU UNPOPULAR DAN PROFITABLE DI RESTORAN KAMPUNG DAUN

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

penelitian verifikatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memeriksa kebenaran laporan hasil penelitian. Penelitian verifikatif pada dasarnya memprediksi dan menjelaskan hubungan atau pengaruh dari satu variabel ke variabel lain melalui pengumpulan data di lapangan.

Maka dari itu peneliti akan menggunakan penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif verifikatif. Hal ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh metode *personal selling* terhadap keputusan pembelian menu *unpopular dan profitable* melalui angka yang diperoleh dari konsumen melalui penyebaran angket.

3.3 Operasional Variabel

Penelitian ini akan menggunakan dua variabel bebas, yaitu *personal selling* (X_1) dan menu (X_2) serta variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y). Kedua variabel yang akan dibahas ini merupakan faktor pendorong atau faktor yang mempunyai pengaruh besar terhadap peningkatan penjualan. Berikut adalah operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
Personal Selling (X_1)	Personal selling adalah persentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan. (Hermawan Agus. 2012 : 105)	Dimensi <i>personal selling</i> : 1. Komunikasi, yaitu memberi informasi mengenai produk perusahaan kepada pelanggan 2. Penjualan, yaitu mendekati, mempresentasikan dan mendemonstrasikan, mengatasi penolakan, serta menjual produk kepada pelanggan. 3. Pelayanan, yaitu memberikan berbagai jasa pelayanan kepada pelanggan. (Hermawan, 2012 : 109)	Data berbentuk skala semantik yang diperoleh dari konsumen Restoran Kampung Daun meliputi: 1. Komunikasi a. Kemampuan <i>waiter/waitress</i> dalam berkomunikasi b. Kemampuan <i>waiter/waitress</i> dalam menjelaskan menu c. Kemampuan <i>waiter/waitress</i> dalam berinteraksi 2. Penjualan a. Kemampuan <i>waiter/waitress</i> dalam	Interval

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
			<p>melakukan <i>personal selling</i></p> <p>b. Kemampuan <i>waiter/waitress</i> dalam merekomendasikan menu</p> <p>c. Kemampuan <i>waiter/waitress</i> dalam mempengaruhi keputusan pembelian</p> <p>3. Pelayanan</p> <p>a. Keramahan <i>waiter/waitress</i> dalam pelayanan</p> <p>b. <i>Waiter/waitress</i> cepat tanggap dalam pelayanan</p>	
Menu (X ₂)	<p>Menu adalah sebuah daftar makanan yang telah dilengkapi dengan harga tersendiri, yang disediakan dan ditampilkan untuk menarik konsumen serta memberikan nilai sejumlah uang terhadap makanan yang ditawarkan.</p> <p>Rai Utama (2016: 120)</p>	<p>Dimensi kualitas produk, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kinerja (<i>performance</i>), karakteristik operasi dasar dari suatu produk. Fitur (<i>Fitures</i>), karakteristik perlengkapan khusus yang dapat menambah pengalaman pemakaian produk. Konformasi (<i>conformance</i>), yaitu tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan. Estetika (<i>estetica</i>), yaitu menyangkut penampilan produk yang dapat dinilai 	<p>Data berbentuk skala semantik yang diperoleh dari konsumen Restoran Kampung Daun meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kinerja <ol style="list-style-type: none"> Kebersihan makanan yang disediakan Fitur <ol style="list-style-type: none"> Variasi menu yang tersedia Konformasi <ol style="list-style-type: none"> Kesesuaian tampilan menu yang disajikan dengan gambar yang tertera di list menu Penampilan menu yang disajikan Kesesuaian porsi menu yang disajikan dengan harga yang tertera Estetika <ol style="list-style-type: none"> Aroma makanan Tekstur makanan 	Interval

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
		dengan panca indera (rasa, aroma, suara dan seterusnya) Tjiptono (2008 : 67)	c. Cita rasa makanan d. Kesesuaian suhu makanan yang disajikan e. Tingkat kematangan	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahapan dalam pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Kotler dan Amstrong, 2012 : 161)	Dimensi dalam keputusan pembelian adalah sebagai berikut : 1. Pilihan produk, meliputi kualitas, varian produk, kemenarikan. 2. Pilihan merek, meliputi kepercayaan pada merek, popularitas merek. 3. Waktu pembelian, meliputi kesesuaian dengan kebutuhan, dan kesesuaian dengan keinginan. 4. Jemlah pembelian, meliputi pembelian berdasarkan jumlah produk yang dibeli dan keseringan membeli. 5. Pilihan penyaluran pemasok, meliputi strategi lokasi dan kelengkapan. 6. Metode membayar, meliputi kemudahan transaksi secara cash dan kemudahan transaksi secara <i>credit card</i> . (Kotler & Keller, 2012 : 178)	Data berbentuk skala semantik yang diperoleh dari konsumen Restoran Kampung Daun meliputi: 1. Pilihan Produk, a. Pembelian berdasarkan kualitas produk yang disajikan. b. Pembelian berdasarkan variasi produk yang ditawarkan 2. Pilihan merek, a. Pembelian berdasarkan kepercayaan terhadap <i>image</i> restoran b. Pembelian berdasarkan popularitas restoran 3. Waktu pembelian, a. Pembelian berdasarkan keinginan b. Pembelian berdasarkan kebutuhan 4. Pilihan penyaluran, a. Pembelian dilakukan berdasarkan lokasi restoran yang strategis b. Kemudahan dalam mengakses lokasi 5. Metode pembayaran, a. Kemudahan dalam melakukan transaksi secara <i>cash</i> b. Kemudahan dalam melakukan transaksi secara <i>credit card</i>	Interval

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti, 2018

3.4 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini didukung dan bersumber pada dua sumber data, yakni data primer dan data sekunder. Menurut Rai Utama (2012 : 82) data primer atau data tangan pertama, adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Sedangkan data sekunder atau data tangan kedua adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Berikut adalah sumber data yang akan digunakan dalam penelitian dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 3. 2
Sumber Data Penelitian

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data Kunjungan Wisatawan Nasional	Sekunder	Kementria Pariwisata Republik Indonesia
2.	Data Kunjungan Wisatawanna Jawa Barat	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat
3.	Jumlah Restoran, Rumah Makan, dan Café di Kabupaten Bandung Barat	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat
4.	Data penjualan menu Indonesia di Restoran Kampung Daun	Sekunder	Manajemen Restoran Kampung Daun
5.	Data harga pokok makanan menu Indonesia di Restoran Kampung Daun	Sekunder	Manajemen Restoran Kampung Daun
6.	Data harga jual menu Indonesia di Restoran Kampung Daun	Sekunder	Manajemen Restoran Kampung Daun
7.	Profil Restoran Kampung Daun	Sekunder	Manajemen Restoran Kampung Daun
8.	Tanggapan konsumen mengenai <i>personal selling</i> di Restoran Kampung Daun	Primer	Konsumen Restoran Kampung Daun
9.	Tanggapan konsumen mengenai menu di Restoran Kmapung Daun	Primer	Konsumen Restoran Kampung Daun

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
10.	Tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian di Kampung Daun Restoran	Primer	Konsumen Restoran Kampung Daun

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti, 2018

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Peneliti menentukan tamu yang datang ke Restoran Kampung Daun sebagai populasi yang akan diteliti. Hal ini dituturkan menurut Masyuri (2008 : 151) populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan lain sebagainya, sehingga objek-objek ini bisa dijadikan sumber data penelitian. Sedangkan menurut Riduwan (2012 : 54) populasi adalah objek-atau subjek yang berada pada suatu wilayah tertentu yang memenuhi syarat-syarat yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Menurut Riduwan (2012 : 55) terdapat dua jenis populasi berdasarkan kompleksitasnya yaitu populasi homogen dimana sumber datanya yang memiliki sifat yang sama dan tidak perlu memperlakukan mengenai banyaknya secara kuantitatif, dan populasi heterogen dimana sumber data yang unsurnya memiliki sifat yang bervariasi sehingga perlu adanya penetapan batasan baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Restoran Kampung Daun sebanyak 150,308 orang atau sebanyak 12,805 orang per bulan. Tamu yang datang ke Restoran Kampung Daun tentunya mempunyai sifat yang relative sama antara satu dengan yang lainnya, sehingga peneliti menggunakan populasi homogen dalam penelitiannya.

3.5.2 Sampel

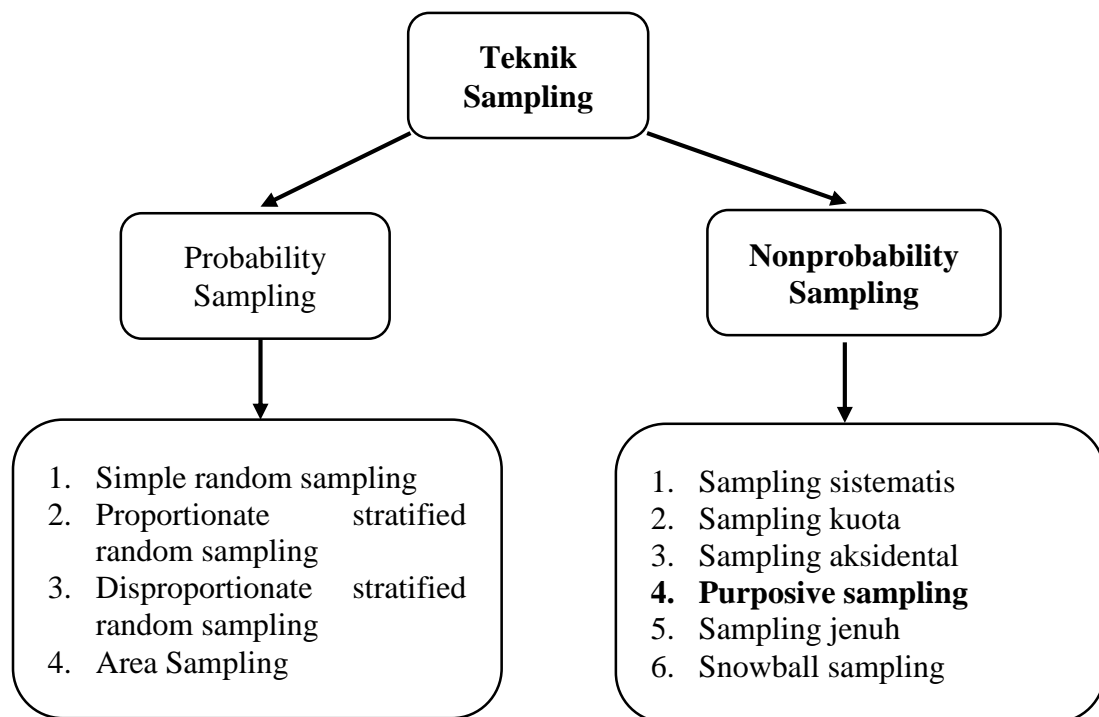
Menurut Sukadarrumidi yang dikutip oleh Rai Uatama (2012 :68) sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat yang sama dari objek yang merupakan sumber data. Pengambilan sampel bertujuan untuk: 1) Mereduksi jumlah objek yang akan diteliti. 2) Membatasi jumlah populasi bahkan wilayah populasi dan berusaha untuk

mengeneralisasi hasil analisis. 3) Mempersingkat waktu, memperkecil biaya, dan jumlah tenaga. Pengambilan sampel yang tepat merupakan langkah awal dalam keberhasilan penelitian. Apabila dalam pemilihan sampel terjadi kesalahan maka akan menghasilkan temuan-temuan yang tidak sesuai dengan sasaran.

3.5.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah suatu cara dalam mengambil sampel yang dapat mewakili dari populasi (Riduwan. 2012 : 57). Dalam pengambilan sampel ini tidak bisa sembarangan melainkan harus dilakukan sedemikian rupa agar mendapatkan sampel yang benar dan dapat menggambarkan dari keadaan populasi yang sebenarnya. Teknik sampling terdiri dari dua macam yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Berikut adalah bagan pengambilan sampling:

Tabel 3. 3 Teknik Pengambilan Sampling



Sumber: Teknik Pengambilan Sampling (Riduwan. 2012 : 57)

Peneliti akan menggunakan teknik sampling *non probability* dengan *purposive sampling*, yang dianggap akan cocok digunakan dalam penelitian ini. Teknik ini digunakan karena peneliti memiliki pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampel. Sampel terdiri mereka yang dipilih paling baik dan mampu memberikan pertimbangan

Yayan Ernawan, 2018

EVALUASI PENERAPAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENU UNPOPULAR DAN PROFITABLE DI RESTORAN KAMPUNG DAUN

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

untuk pengambilan data yang diperlukan. Peneliti menggunakan rumus dari Taro Yamane dengan jumlah kunjungan pelanggan sebanyak 12,805 orang perbulannya.

Menurut Riduwan (2012 : 65) rumus dari Taro Yamane adalah sebagai berikut;

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

Dimana n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d^2 = Presisi yang ditetapkan sebesar 10%

Berdasarkan rumus diatas, diketahui jumlah kunjungan pelanggan sebanyak 12,805 orang perbulannya, dengan presisi 10%, maka perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{12,805}{12,805 \cdot 0.1^2 + 1} = 99,22 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ sampel}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel yang menjadi responden sebanyak 100 orang yang diambil dari konsumen Restoran Kampung Daun.

3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2009 : 100) berpendapat bahwa metode pengumpulan data adalah suatu Teknik atau yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data. Yang dimaksud dengan Teknik ini menunjuk pada sesuatu yang abstrak dan tidak dapat diwujudkan dalam benda yang kasat mata, dan hanya dapat dilihat penggunaannya.

Instrumen adalah alat bantu pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data guna mempermudah dan sistematis (Arikunto. 2009 : 101). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1 Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan cara mempelajari teori-teori empiris yang dikemukakan oleh para ahli yang berkaitan dengan penelitian. Teori-teori yang digunakan peneliti bersumber pada buku, *electronic book*, dan jurnal / artikel penelitian yang dianggap berkesinambungan dengan penelitian yang akan dilakukan

3.6.2 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah dengan cara berhadapan secara tatap muka langsung antara peneliti dengan sumber informasi atau narasumber yang berkepentingan. Dalam posisi ini pertanyaan datang dari peneliti dan jawaban diberikan oleh pihak narasumber (Fathoni, 2006 : 104). Peneliti melakukan wawancara melalui General Manager Restoran Kampung Daun sebagai sumber informasi penjualan dan data lainnya terkait penelitian.

3.6.3 Angket

Angket atau questionnaire adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos dan dikembalikan setelah selesai pengisian atau juga dapat dijawab langsung dibawah pengawasan peneliti (Nasution, 2009 : 128). Angket ini berisikan pertanyaan-pertanyaan yang detail mengenai *personal selling* yang telah diterapkan dan menu yang berhubungan kualitas produk yang disajikan terhadap keputusan pembelian di Restoran Kampung Daun. Pertanyaan ini akan dibagikan secara acak kepada para konsumen yang bersedia mengisi yang disebut dengan responden. Data yang disajikan berbentuk skala *semantic differensial* dan diperoleh sebagai penunjang dalam pemecahan masalah.

3.6.4 Dokumentasi

Menurut Riduwan (2012 : 77) dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitiannya, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film documenter, data yang relevan penelitian. Dalam hal ini peneliti mendapatkan data berupa *food cost*, penjualan per item menu selama satu tahun terakhir, harga jual makanan, sejarah perkembangan restoran dan struktur organisasi, yang akan diolah kembali sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3.7 Analisis Menu Engineering

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa langkah dalam melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan *menu engineering*. Analisis penelitian ini

dilakukan guna memudahkan dalam membaca dan proses penyederhanaan data yang diperoleh. Berikut adalah teknik analisis data dengan pendekatan *menu engineering*:

1. Analisis Harga Pokok Makanan (*Food Cost*)

Mencatat dan merekap semua harga pokok setiap item menu Indonesia. Harga pokok makanan ini didapat berdasarkan standard resep sebagai acuan. Restoran Kampung Daun menetapkan 30% - 35% *food cost* pada setiap menu yang akan dijual.

2. Analisis Harga Jual Makanan

Penentuan harga jual ini ditetapkan oleh seorang Manager Restoran Kampung Daun dimana harga tersebut sudah ditambah biaya lainnya seperti *food cost*, *overhead cost*, *fix cost*, *labor cost*, dan *profit*.

3. Analisis Kinerja Penjualan

Setelah mengetahui harga pokok makanan dan harga jual makanan, berikutnya peneliti melakukan analisis kinerja penjualan menu masakan Indonesia. Peneliti menggunakan data satu tahun terakhir terhitung dari September 2016 – Agustus 2017. Data ini akan digunakan sebagai langkah awal untuk mengetahui tingkat popularitas setiap item menu.

4. Analisis Margin Kontribusi

Margin kontribusi merupakan keuntungan restoran yang akan digunakan untuk menutupi biaya lain seperti *overhead cost*, *fix cost* dan *labor cost*. Keuntungan ini diperoleh restoran dari selisih harga jual setiap item menu dengan harga pokok makanan setiap item menu.

5. Analisis Total Penjualan

Angka total penjualan ini didapat dari perhitungan antara harga jual item menu dikalikan dengan kinerja penjualan item menu itu sendiri. Harga jual disini berdasarkan penambahan biaya *food cost*, *overhead cost*, *fix cost*, *labor cost* dan *profit*.

6. Analisis Total Margin Kontribusi

Analisis ini dilakukan dari hasil perkalian antara kinerja penjualan item menu dengan masing masing kontribusi margin. Data total margin kontribusi ini akan

digunakan standar dalam menentukan tinggi atau rendahnya kontribusi margin setiap item menu.

7. Analisis Kontribusi Bauran Menu

Analisis indeks popularitas akan dijadikan sebagai dasar seberapa tinggi tingkat popularitas item menu. Tingkat popularitas ini dihitung melalui rumus $70\% \times \frac{1}{n} \times$

N. Dari hasil perhitungan tersebut barulah diketahui seberapa besar daya beli konsumen pada item menu tersebut.

8. Analisis Manajemen Menu

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui respon konsumen terhadap kualitas produk yang disajikan oleh Restoran Kampung Daun. Kualitas produk ini akan diketahui melalui penyebaran angket kepada pengunjung yang peneliti pilih berdasarkan pertimbangan tertentu dan dianggap kompeten mampu memberikan jawaban yang objektif

Dari semua pemaparan diatas dapat diaplikasikan kedalam table menu engineering worksheet.

Tabel 3. 4 *Worksheet Menu Engineering*

Nama Item Menu	Terjual	%	Harga Pokok Makanan	Harga Jual	Margin Kontribusi	Total Penjualan	Total Margin Kontribusi	Kategori Margin Kontribusi	Kategori Bauran Menu	Klasifikasi Menu
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
Item 1										
Item 2										
Item 3										
Item 4										
Item 5										
Total										
									Av. CM	
									Av. Volume	

Sumber: Wiyasha (2011 : 139)

Keterangan:

Terjual : Jumlah porsi yang laku terjual

% : Bauran menu $\frac{\text{Jumlah Terjual Item Menu}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$

Harga Pokok Makanan : Harga pokok makanan setiap porsi

Yayan Ernawan, 2018

EVALUASI PENERAPAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENU UNPOPULAR DAN PROFITABLE DI RESTORAN KAMPUNG DAUN

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

Harga Jual	: Harga jual setiap porsi
Margin Kontribusi	: $Harga\ Jual - Harga\ Pokok\ Makanan$
Total Penjualan	: $Jumlah\ Terjual\ Item\ Menu \times Harga\ Jual$
Total Margin Kontribusi	: $Jumlah\ Terjual\ Item\ Menu \times Margin\ Kontribusi$
Kategori Margin Kontribusi	: H (High), L (Low)
Kategori Bauran Menu	: Tingkat popularitas H (High), L (Low)
Klasifikasi Menu	: Stars, Plowhorse, Puzzels, dan Dog
Av. CM	: $\frac{Total\ Margin\ Kontribusi}{Total\ Penjualan}$
Av. Volume	: $70\% \times \frac{1}{jumlah\ Item\ Menu} \times Total\ Penjualan$

3.8 Rancangan Uji Validitas dan Reliabilitas

Angket dipilih dalam teknik pengumpulan data yang dibutuhkan. Angket berisi pertanyaan atau pernyataan mengenai *personal selling* dan menu yang disajikan terhadap keputusan pembelian di Restoran Kampung Daun. Pertanyaan disajikan dalam angket diberi nilai berbentuk skala diferensial semantik. Skala diferensial semantik adalah skala untuk mengukur sikap, bentuk yang disajikan bukan berupa checklist, melainkan tersusun rapi dalam satu garis kontinum. Pernyataan yang sangat positif berada pada bagian kanan garis, begitupun sebaliknya pernyataan yang sangat negative berada pada garis kiri. Data yang diperoleh melalui skala semantic diferensial berasal dari data interval. Skala diferensial semantik berisikan serangkaian karakteristik bipolar (dua kutub). Selanjutnya menurut Riduwan. (2013 : 26) skala diferensial semantik atau skala perbedaan semantik berisikan serangkaian karakteristik bipolar (dua kutub). Rancangan instrument ini dilakukan guna mengetahui kelayakan angket untuk disebar baik secara bahasa, materi dan konstruk. Instrumen yang baik tentunya harus memenuhi dua syarat penting yaitu valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas ini dilakukan kepada tigapuluh responden yang dipilih secara acak dan dianggap mampu memberikan jawaban yang baik sesuai dengan maksud penelitian.

3.8.1 Uji Validitas

Skala pengukuran dapat dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pertanyaan pada angket tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket. Menurut Santoso dalam Rai Utama (2012 : 140) dasar pengambilan keputusan untuk menyatakan angket dinyatakan valid adalah jika nilai *significant test* butir pertanyaan lebih kecil dari nilai *significancy* yang telah ditetapkan yakni 0.05. Instrumen yang telah disusun, disebar dan diisi oleh responden (konsumen), maka dapat dilakukan pengujian validitas secara statistik. Uji validitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi product moment (Juliandi. 2014 : 76), dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan: r_{xy} = Koefisien validitas yang dicari
 n = Banyaknya responden
 x = Skor total
 $\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi x
 $\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi y
 $\sum x^2$ = Jumlah kuadran dalam distribusi x
 $\sum y^2$ = Jumlah kuadran dalam distribusi y

Menurut Juliandi (2014 : 77) Langkah langkah pengujian validitas dengan korelasi adalah sebagai berikut:

1. Korelasikan skor-skor suatu nomor angket dengan skor total seluruh item.
2. Jika nilai korelasi (r) yang diperoleh adalah positif, kemungkinan butir yang diuji tersebut adalah valid.
3. Namun walaupun positif, perlu pula nilai korelasi (r) yang dihitung tersebut dilihat sigifikannya. Caranya
 - a. Item pertanyaan dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
 - b. Item pertanyaan dikatakan valid jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$

4. Butir instrument yang tidak valid (salah) tidak layak untuk dijadikan item dalam instrument penelitian

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pernyataan dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pernyataan dikatakan tidak valid jika, $r_{hitung} \leq r_{tabel}$
3. Berdasarkan jumlah angket yang dibagikan ke 30 konsumen Restoran Kampung Daun sebagai responden dengan tingkat kesalahan 10% dan derajat kebebasan $n-2$ ($30-2=28$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,3061

Tabel 3. 5
Hasil Uji Validitas Angket *Personal Selling*

No.	Pernyataan	r tabel	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
Komunikasi				
1	Kemampuan <i>waiter/waitress</i> dalam berkomunikasi	0.3061	0.917	Valid
2	Kemampuan <i>waiter/waitress</i> dalam menjelaskan menu	0.3061	0.849	Valid
3	Kemampuan <i>waiter/ waitress</i> dalam berinteraksi	0.3061	0.791	Valid
Penjualan				
4	Kemampuan <i>waiter/waitress</i> dalam melakukan <i>personal selling</i>	0.3061	0.896	Valid
5	Kemampuan <i>waiter/waitress</i> dalam merekomendasikan menu	0.3061	0.859	Valid
6	Kemampuan <i>waiter/waitress</i> dalam mempengaruhi keputusan pembelian	0.3061	0.931	Valid
Pelayanan				
7	Keramahan <i>waiter/waitress</i> dalam pelayanan	0.3061	0.819	Valid
8	<i>Waiter/waitress</i> cepat tanggap dalam pelayanan	0.3061	0.818	Valid

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2018

Yayan Ernawan, 2018

EVALUASI PENERAPAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENU UNPOPULAR DAN PROFITABLE DI RESTORAN KAMPUNG DAUN

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

Berdasarkan tabel 3.5 menunjukkan bahwa hasil perhitungan validasi angket responden secara keseluruhan dengan ketentuan keputusan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0.3061, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan terhadap *personal selling* dikatakan valid.

Tabel 3. 6
Hasil Validitas Angket Menu

No.	Pernyataan	r tabel	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
Kinerja				
9	Kebersihan makanan yang disediakan	0.3061	0.706	Valid
Fitur				
10	Variasi menu yang ditawarkan	0.3061	0.514	Valid
Konformasi				
11	Kesesuaian menu yang disajikan dengan gambar yang tertera pada daftar menu	0.3061	0.811	Valid
12	Penampilan makanan yang disajikan	0.3061	0.836	Valid
13	Kesesuaian porsi menu yang disajikan dengan harga yang tertera	0.3061	0.842	Valid
Estetika				
14	Aroma makanan yang disajikan	0.3061	0.743	Valid
15	Tekstur makanan yang disajikan	0.3061	0.768	Valid
16	Cita rasa makanan yang disajikan	0.3061	0.771	Valid
17	Suhu makanan yang disajikan	0.3061	0.823	Valid
18	Tingkat kematangan makanan yang disajikan	0.3061	0.76	Valid

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 3.6 menunjukkan bahwa hasil perhitungan validasi angket responden secara keseluruhan dengan ketentuan keputusan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel}

adalah 0.3061, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan terhadap menu dikatakan valid.

Tabel 3. 7
Hasil Validasi Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	r tabel	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
Pilihan Produk				
19	Pembelian dilakukan berdasarkan kualitas makanan	0.3061	0.842	Valid
20	Pembelian dilakukan berdasarkan variasi menu yang ditawarkan	0.3061	0.855	Valid
Pilihan Merek				
21	Pembelian berdasarkan kepercayaan terhadap image restoran	0.3061	0.804	Valid
22	Pembelian berdasarkan popularitas restoran	0.3061	0.819	Valid
Waktu Pembelian				
23	Pembelian dilakukan berdasarkan keinginan	0.3061	0.742	Valid
24	Pembelian berdasarkan kebutuhan	0.3061	0.885	Valid
Pilihan Penyaluran				
25	Pembelian dilakukan berdasarkan lokasi restoran yang strategis	0.3061	0.885	Valid
26	Pembelian dilakukan karena restoran mudah dijangkau	0.3061	0.854	Valid
Metode Pembayaran				
27	Pembelian dilakukan berdasarkan kemudahan transaksi tunai	0.3061	0.82	Valid
28	Pembelian dilakukan berdasarkan kemudahan transaksi kartu kredit	0.3061	0.752	Valid

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2018

Yayan Ernawan, 2018

EVALUASI PENERAPAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENU UNPOPULAR DAN PROFITABLE DI RESTORAN KAMPUNG DAUN

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

Berdasarkan tabel 3.7 menunjukkan bahwa hasil perhitungan validasi angket responden secara keseluruhan dengan ketentuan keputusan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0.3061, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan terhadap keputusan pembelian dikatakan valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Rai Utama, 2012 : 140) reliabilitas menunjukkan pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya. Tujuan dari uji reliabilitas ini dilakukan guna mengetahui sejauh mana tingkat konsistensi akurasi dan presiktabilitas suatu angket (instrument) yang dilakukan dalam waktu yang berbeda namun hasil penelitian yang masih sama.

Adapun menurut Noor (2013 : 165) rumus yang tepat untuk digunakan dalam uji reliabilitas ini adalah menggunakan *cronbach's alpha* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrument
- k = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma^2$ = Jumlah varian butir
- σ_1^2 = Varians total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut:

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

Keterangan:

- N = Jumlah sampel
- σ = Nilai varians
- x = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butiran pertanyaan)

Yayan Ernawan, 2018

EVALUASI PENERAPAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENU UNPOPULAR DAN PROFITABLE DI RESTORAN KAMPUNG DAUN

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

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% maka item pertanyaan tersebut dikatakan reliabel
2. Jika koefisien $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% maka item pertanyaan tersebut dikatakan tidak reliabel.

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur berupa angket yang dirancang dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relative sama. Perhitungan reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16 *for windows*, Hasil reliabilitas dapat dilihat dengan tabel 5.8 sebagai berikut:

Tabel 3. 8
Hasil Reliabilitas Angket *Personal Selling*

Cronbach's Alpha	N of Item
0.944	8

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 3.8 hasil dari pengujian reliabilitas di atas menunjukkan bahwa seluruh item angket yang disebar mengenai *personal selling* terhadap keputusan pembelian dinyatakan reliabel, karena *cronbach's alpha* $0.944 > 0.60$. hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang terdapat pada angket yang digunakan sudah reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa angket yang digunakan untuk mengukur *personal seliing* sudah memberikan hasil yang konsisten.

Tabel 3. 9
Hasil Reliabelitas Angket Menu

Cronbach's Alpha	N of Item
0.917	10

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 3.9 hasil dari pengujian reliabilitas di atas menunjukkan bahwa seluruh item angket yang disebar mengenai *menu* terhadap keputusan pembelian dinyatakan reliabel, karena *cronbach's alpha* $0.944 > 0.60$. hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua

item pernyataan yang terdapat pada angket yang digunakan sudah reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa angket yang digunakan untuk mengukur *menu* sudah memberikan hasil yang konsisten.

Tabel 3. 10
Hasil Reliabilitas Angket Keputusan Pembelian

Cronbach's Alpha	N of Item
.943	10

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 3.10 hasil dari pengujian reliabilitas di atas menunjukkan bahwa seluruh item angket yang disebar mengenai keputusan pembelian dinyatakan reliabel, karena *cronbach's alpha* $0.944 > 0.60$. hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang terdapat pada angket yang digunakan sudah reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa angket yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian sudah memberikan hasil yang konsisten.

3.9 Rancangan Analisis Deskriptif dan Verifikatif

3.9.1 Analisis Deskriptif

Menurut Riduwan (2013, 52) tujuan analisis deskriptif untuk membuat gambaran secara sistematis data yang factual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang diselidiki atau diteliti. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian:

1. Analisis deskriptif mengenai *personal selling* di Restoran Kampung Daun
2. Analisis deskriptif mengenai menu di Restoran Kampung Daun yang terdiri dari penggunaan bahasa, variasi menu, penampilan, aroma, tekstur, rasa, suhu, dan tingkat kematangan
3. Analisis deskriptif mengenai keputusan pembelian.

Guna mendapatkan makna yang berguna bagi pemecahan masalah penelitian, angket yang telah di isi olah responden harus diolah. Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran presentase yang diambil dari 0%-100%.

Tabel 3. 11
Kriteria Penafsiran Perhitungan Responden

No.	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1.	0%	Tidak seorangpun
2.	1% - 25%	Sebagian kecil
3.	26% - 49%	Hamper sepenuhnya
4.	50%	Setengahnya
5.	51% - 75%	Sebagian besar
6.	76% - 99%	Hamper seluruhnya
7.	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch Ali dalam Indira, 2016

3.9.2 Analisis Verifikatif

Variabel-variabel dalam penelitian ini disusun dalam bentuk angket, guna melihat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Angket yang telah disusun diharapkan dapat memberikan keterangan data mengenai *personal selling* dan menu terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu diperlukan analisis regresi berganda untuk mengetahui besaran variabel *personal selling* (X_1) dan menu (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Langkah yang dilakukan dalam teknik analisis data verifikatif adalah sebagai berikut:

3.9.2.1 Uji Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk dapat mengetahui variabel *dependent*, *independent* atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak normal. menurut Husein Umar (2013 : 181), uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independent, atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak normal. Pada penelitian ini pengujian asumsi normalitas dengan menggunakan Kolmogrov-Smirnov.

3.9.2.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi mempunyai banyak jenis yang dapat dipilih dalam melakukan penelitian. Peneliti menggunakan analisis korelasi *pearson product moment* (r). Selanjutnya menurut Riduwan (2013 : 80) teknik analisis PPM (*pearson product*

Yayan Ernawan, 2018

EVALUASI PENERAPAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENU UNPOPULAR DAN PROFITABLE DI RESTORAN KAMPUNG DAUN

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

moment) termasuk teknik analisis parametrik yang menggunakan data interval dan ratio dengan persyaratan tertentu. Rumus yang digunakan pada korelasi PPM ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan: r_{xy} = Koefisien validitas yang dicari
 n = Banyaknya responden
 x = Skor total
 $\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi x
 $\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi y
 $\sum x^2$ = Jumlah kuadran dalam distribusi x
 $\sum y^2$ = Jumlah kuadran dalam distribusi y

Korelasi PPM dikembangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga $(-1 \leq r \leq +1)$. Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasi negative sempurna; apabila $r = 0$ artinya tidak ada korelasi dan apabila $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat. Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:

Tabel 3. 12
Interpretasi Koefisiensi Korelasi Nilai r

Interval Koefisiensi	Tingkat hubungan
0.80 - 1.000	Sangat kuat
0.60 - 0.799	Kuat
0.40 - 0.599	Cukup kuat
0.20 - 0.399	Rendah
0.00 - 0.199	Sangat rendah

Sumber: Riduwan (2013:81)

3.9.2.3 Analisis Regresi Berganda

Menurut Riduwan (2013 : 108) analisis regresi berganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya $(X_1), (X_2), (X_3), \dots, (X_n)$ hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Kegunaannya yaitu untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua. Maka persamaan regresi ganda dirumuskan dengan :

Yayan Ernawan, 2018

EVALUASI PENERAPAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENU UNPOPULAR DAN PROFITABLE DI RESTORAN KAMPUNG DAUN

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

$$\hat{y} = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat yang diproyeksikan
 a = Nilai konstanta harga Y jika X=0
 b = Nilai arah sebagai penentu ramalan
 x = Variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diproyeksikan

3.9.2.4 Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisiensi determinasi menyatakan besar kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisiensi determinasi merupakan kuadrat koefisiensi korelasi (r^2). Adapun rumus koefisiensi korelasi determinasi menurut Buchari Alma (2009 : 81) adalah sebagai berikut:

$$\widehat{KP} = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

- KP = Nilai Koefisiensi Determinasi
 r = Koefisiensi Korelasi

3.9.3 Pengujian Hipotesis

3.9.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji bahwa keseluruhan variabel *independent* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*, Uji F dapat dilakukan dengan cara menghitung hasil F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan dengan $\alpha = 0.1$. Hasil penghitungan dapat diartikan sebagai berikut:

- Jika nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} berarti menolak H_0 dan menerima H_a yang artinya signifikan
- Jika nilai F_{hitung} lebih kecil dari nilai F_{tabel} berarti menerima H_0 dan menolak H_a artinya tidak signifikan