

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan hal yang menjadi fokus dalam permasalahan sebuah penelitian. Adapun Sugiyono (2017:41) menjelaskan objek penelitian merupakan “sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)”. Adapun yang menjadi objek penelitian yaitu Penentuan Harga Jual makanan dan minuman (X) Terhadap Minat beli Konsumen (Y) dalam uji penerapan Menu makanan nusantara pada konsumen kereta api Argo Wilis Rute Bandung - Surabaya Restoran Kereta Api Pt. Reska Multi Usaha.

3.1.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian berdasarkan Arikunto (2010) yaitu memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang di permasalahkan menurut Muh. Fitrah dan Lutfiyah (2017:152). Subjek dalam penelitian ini merupakan responden maupun para staf di PT. Reska Multi Usaha untuk mendapat data atau informasi guna menemukan jawaban atas masalah yang diteliti.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu menurut Sugiyono (2017:2), di dalam pelaksanaan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksploratif yaitu penelitian dengan menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistik dan juga perhitungan dalam penetapan harga jual produk, data-data kuantitatif yang dikumpulkan melalui pengukuran minat beli konsumen terhadap harga jual, dan untuk menganalisa hasil penelitian mengenai perhitungan penetapan harga jual sesuai kebijakan perusahaan dan perhitungan menggunakan metode dalam literatur serta menganalisa data - data dari hasil pengukuran dan analisis lapangan mengenai penerapan harga jual menu makanan dan minuman nusantara yang di rekomendasikan terhadap minat beli konsumen Kereta Api Indonesia.

3.3 Operasional Variabel

Operasional variabel yaitu suatu definisi mengenai variabel penelitian yang dirumuskan berdasarkan karakteristik variabel yang diamati dalam penelitian, berikut ini merupakan operasional variabel:

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala
Penentuan Harga Jual (X)	(Kotler dan Amstrong, 2008) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan suatu produk atau jasa tersebut.	1. keterjangkauan harga	Tingkat harga produk yang ditawarkan terjangkau	Likert
		2. Daya saing harga produk	Tingkat harga produk yang dapat bersaing dengan produk di sekitarnya	Likert
		3. Kesesuaian harga dengan kualitas Produk	Tingkat harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan	Likert
		4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Tingkat harga produk sesuai dengan manfaat yang diberikan	Likert
Minat Beli Konsumen (Y)	Tahapan yang dilakukan konsumen sebelum merencanakan untuk membeli suatu produk, yang di pengaruhi beberapa faktor Migliore et al (2017): 1. Sikap <i>neophilia</i> atau kecintaan terhadap hal baru (<i>Neophilia attitudes</i>) 2. Kebiasaan mengkonsumsi (<i>consumption habit</i>) 3. Faktor intrinsik: kualitas makanan, rasa, tekstur, warna, aroma, tampilan (<i>Various intrinsic</i>)	1. Sikap <i>neophilia</i> atau kecintaan terhadap hal baru (<i>Neophilia attitudes</i>)	Tingkat ke ingin tauhan untuk mencari informasi lebih lanjut tentang produk yang ditawarkan	Likert
		2. Kebiasaan mengkonsumsi (<i>consumption habit</i>)	Tingkat kebiasaan mengkonsumsi produk sebelumnya mempengaruhi pada minat beli konsumen	Likert
		3. Kualitas rasa, tekstur, warna, porsi produk (<i>Various intrinsic</i>)	Tingkat kualitas rasa, tekstur, warna, dan porsi produk mempengaruhi minat beli konsumen	Likert
		4. Kemasan Produk (<i>Extrinsic quality attributes</i>)	Tingkat kemenarikan kemasan produk mempengaruhi	Likert

	4. Kualitas Ekstinsik: harga, manfaat, karakter demografis, usia, gender, pendapatan, pendidikan, dll) (<i>Extrinsic quality attributes</i>)		minat beli konsumen	
		5. Harga produk (<i>Extrinsic quality attributes</i>)	Tingkat harga produk yang ditawarkan mempengaruhi minat beli konsumen	Likert

Sumber: *Data diolah, 2019*

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Suliyanto (2018:177) Populasi merupakan keseluruhan elemen yang hendak di duga karakteristiknya, bukan sekedar elemen tetapi karakteristik juga sifat dari subjek yang akan di teliti. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2017:80), definisi populasi yaitu: "Wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi harus berkaitan dengan masalah yang akan di teliti dalam penelitian ini populasinya merupakan menu makanan dan minuman yang dijual di restoran kereta api yang di produksi oleh PT. Reska Multi Usaha.

Tabel 3. 2
Data Jumlah Penumpang Kereta Api Wilayah Pulau Jawa

Tahun	Bulan	Jumlah Penumpang
2018	Juni	32.270.000
	Juli	36.089.000
	Agustus	34.560.000
	September	33.878.000
	Oktober	35.602.000
	November	34.637.000
	Desember	37.197.000
	2019	Januari
Februari		31.282.000
Maret		35.068.000
April		35.106.000
Mei		34.514.000
Jumlah		414.638.000
Rata-rata Perbulan		34.553.167

Sumber: *Badan Pusat Statistik*

Rezki Febriana .S, 2019

ANALISIS HARGA JUAL PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PENUMPANG KERETA API DI PT. RESKA MULTI USAHA BRANCH OFFICE 2 BANDUNG

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

Dari tabel diatas jumlah populasi sebanyak 34.553.167 dalam tiap bulannya penumpang kereta api di wilayah pulau jawa yang termasuk jabodetabek yang akan menjadi objek penelitian.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81), sampel adalah sebagai berikut: "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu". Menurut Suliyanto (2018:177) Sampel merupakan bagian dari populasi yang hendak di uji karakteristiknya, sampel yang baik yaitu sampel yang dapat menggambarkan karakteristik seluruh populasinya. Sampel yang digunakan merupakan para konsumen kereta api di pulau jawa yang juga merupakan konsumen Restoran kereta api yang di tangani oleh PT Reska Multi Usaha.

Menurut Sugiyono (2017:81) Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan yaitu Probability Sampling dan Nonprobability, menurut Sugiyono (2017:82) dapat didefinisikan sebagai berikut: Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan Non-Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota pupulasi untuk dipilih menjadi sampel.

Penelitian ini dalam pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan cara simple random sampling dimana pengambilan anggota sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi, Sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus slovin, yang menyatakan rumus dari sampel adalah sebagai berikut:

Menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Toleransi kesalahan ketelitian yang akan diambil

Ketentuan tumus Slovin sebagai berikut:

e = 0,1 untuk populasi dalam jumlah besar

e = 0,2 untuk populasi dalam jumlah kecil

Penelitian ini rata-rata perbulan jumlah populasi dari jumlah penumpang kereta api selama Juni 2018 hingga Mei 2019 sebanyak 34.553.167 konsumen dengan menggunakan toleransi kesalahan sebesar 10%. Sehingga, jika diaplikasikan dalam rumus akan mendapatkan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{34553167}{1 + 34553167 (0.1)^2}$$

n = 99,7114261 atau bila di bulatkan jumlah responden sebanyak 100 Orang pada setiap produk yang direkomendasikan sehingga total sampel yaitu sebanyak 300 responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama sebuah penelitian salah satunya merupakan mendapatkan data sehingga teknik pengumpulan data menjadi salah satu hal penting untuk mendapatkan data yang baik, adapun teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.5.1 Wawancara

Melakukan wawancara secara langsung dengan pimpinan perusahaan, kepala bagian produksi dan sejumlah personil yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini

3.5.2 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dimana proses pengamatan dari peneliti terhadap objek penelitiannya, untuk mendapatkan data penelitian yang lebih rinci, mengadakan pengamatan secara langsung di

lapangan untuk mendapatkan data yang menyangkut kondisi dan posisi perusahaan, struktur organisasi, aktivitas perusahaan dan sejarah perusahaan.

3.5.3 Dokumentasi

Cara pengumpulan data dengan melihat catatan/dokumen yang ada dalam perusahaan berupa biaya produksi, harga jual, biaya tetap dan biaya variabel serta data lainnya yang menunjang pokok pembahasan penelitian ini.

3.5.4 Studi Literatur

Studi literatur yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literature-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

Peneliti melakukan studi literatur dari *electronic book (e-book)*, *repository online*, jurnal berbasis daring serta pencarian sumber yang dilakukan di perpustakaan kampus Universitas Pendidikan Indonesia. Peneliti juga menggunakan teknik ini dengan mengumpulkan data dari penelitian sebelumnya untuk membantu proses penelitian.

3.5.5 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan kepada responden dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2014). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai harga jual yang direkomendasikan terhadap makanan, minuman dan kudapan nusantara terhadap minat beli konsumen kereta api di PT. Reska Multi Usaha. Peneliti membagikan kuesioner secara acak kepada penumpang atau calon penumpang kereta api serta konsumen yang pernah melakukan pembelian makanan minuman atau pun kudapan di atas kereta api serta beberapa panelis ahli dari akademisi dan praktisi.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur kejadian alam maupun sosial yang diteliti. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2014). Instrumen penelitian dengan menggunakan metode kuesioner kemudian disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah dijelaskan dalam tabel operasionalisasi variabel sehingga masing-

masing pertanyaan yang akan diajukan kepada setiap responden lebih jelas serta dapat terstruktur. Teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah teknik Skala Likert disebut juga sebagai *summated rating scale*. Untuk keperluan analisis penelitian ini, maka dapat diberi skor dari skala Likert, yaitu:

Tabel 3. 3
Skor Skala Likert

Skor	Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju
4	Sangat Setuju

Sumber: Data pengolah, 2019

3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

3.7.1 Analisis Metode Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual produk makanan, minuman dan kudapan yang direkomendasikan dengan mempertimbangkan berbagai biaya, seperti *overhead cost*, *labour cost*, serta biaya lainnya terkait dengan kegiatan produksi.

Full costing

Harga Pokok Produksi:

Biaya bahan baku	XX
Biaya tenaga kerja langsung	XX
Biaya overhead pabrik variabel	XX
Biaya overhead pabrik tetap	XX
Harga pokok produksi	XX

Perhitungan Harga Jual:

Harga pokok produksi	XX
Laba yang diharapkan	XX
Jumlah	XX
Volume produksi	XX
Harga jual per unit	XX

3.7.2 Uji Validitas

Suatu penelitian dikatakan penelitian itu baik apabila data hasil penelitian tersebut valid, reliabel dan juga obyektif. Mengetahui keabsahan data dalam suatu penelitian biasanya dilakukan dengan cara uji validitas dan reabilitas dimana penelitian tersebut melakukan uji validitas internal dan eksternal, uji reliabel dan uji obyektifitas.

Menurut (Sugiyono, 2017) uji validitas berkenaan dengan derajat akurasi hasil data yang di dapat, uji validitas internal merupakan akurasi desain penelitian dengan hasil yang dicapai sedangkan uji validasi eksternal berkenaan dengan hasil penelitian dapat diterapkan pada populasi dimana sampel tersebut di ambil, untuk mengetahui derajat konsistensi suatu penelitian dilakukan uji realibilitas yaitu bila-mana peneliti lain dilakukan mengulangi atau mereaplikasikan dalam penelitian pada objek dan metode yang sama maka akan menghasilkan data yang sama , lalu obyektifitas berkenaan dengan derajat kesepakatan antara banyak orang terhadap suatu data yang menjadi suatu objek penelitian.

Susan Stainback (dalam Sugiyono, 2017) dalam penelitian kuantitatif untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel yang di uji adalah instrument penelitiannya. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Berikut merupakan rumus dalam

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara item (x) dengan skor total (y)

N = Jumlah responden Penelitian

xy = Skor perkalian antara skor x dan skor y

x = Skor setiap item dari keseluruhan responden

y = Skor total seluruh item dari keseluruhan responden

Setelah mengetahui nilai r_{hitung} , hal yang harus dilakukan adalah membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} dengan taraf signifikan 5%. Dapat dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ data tidak valid.

Uji validitas dilakukan untuk mengukur pertanyaan yang ada dalam kuesioner, untuk mengetahui valid atau tidaknya butir-butir soal dalam kuesioner uji validitas dilakukan dengan mengujicoba menyebarkan kuesioner penelitian kepada 30 orang secara acak. Langkah pengujian validitas tersebut lalu dibandingkan dengan r_{tabel} , diketahui bahwa r_{tabel} untuk 30 responden dengan taraf signifikansi 0,05 adalah 0,306. Hasil uji validitas diukur menggunakan *software IBM SPSS STATISTIK 25 for windows* dapat dilihat pada tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Harga

No.	Pernyataan	R_{hitung}	$><$	R_{tabel}	Keterangan
Harga Makanan (Main Course)					
1)	Tingkat terjangkaunya harga makanan yang ditawarkan	0,787	>	0.306	Valid
2)	Tingkat harga makanan yang dapat bersaing dengan produk makanan di sekitarnya	0,774	>	0.306	Valid
3)	Tingkat kesesuaiannya harga yang ditawarkan dengan kualitas produk	0,834	>	0.306	Valid
4)	Tingkat harga makanan sesuai dengan manfaat yang diberikan	0,837	>	0.306	Valid
Harga Minuman (Beverage)					
1.	Tingkat terjangkaunya harga minuman yang ditawarkan	0.722	>	0.306	Valid
2.	Tingkat harga minuman yang dapat bersaing dengan produk di sekitarnya	0.621	>	0.306	Valid
3.	Tingkat kesesuaiannya harga minuman yang ditawarkan dengan kualitas produk	0.798	>	0.306	Valid
4.	Tingkat harga minuman sesuai dengan manfaat yang diberikan	0.710	>	0.306	Valid
Harga Kudapan (Snack)					
1.	Tingkat terjangkaunya harga produk yang ditawarkan	0.783	>	0.306	Valid
2.	Tingkat harga produk kudapan yang dapat bersaing dengan produk kudapan di sekitarnya	0.734	>	0.306	Valid
3.	Tingkat kesesuaiannya harga kudapan yang ditawarkan dengan kualitas produk	0.644	>	0.306	Valid
4.	Tingkat harga kudapan sesuai dengan manfaat yang diberikan	0.835	>	0.306	Valid

Sumber: *Data diolah, 2019*

Berdasarkan tabel 3.4 hasil uji validitas harga jual terhadap produk makanan (*main course*), minuman (*baverage*), dan kudapan (*snack*) dengan penyebaran kuesioner yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n - 2 = 30 - 2 = 28$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0.306. hasil pengujian kepada 30 responden dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pengujian validitas untuk variabel x yaitu harga jual yang terdiri dari 4 item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 3. 5
Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen

No.	Pernyataan	R_{hitung}	><	R_{tabel}	Ket
Minat Beli terhadap Makanan					
1.	Tingkat ke ingin tahu untuk mencari informasi lebih lanjut tentang produk yang ditawarkan	0.678	>	0.306	Valid
2.	Tingkat kebiasaan mengkonsumsi produk sebelumnya mempengaruhi pada minat beli konsumen	0.944	>	0.306	Valid
3.	Tingkat kualitas rasa, tekstur, warna, dan porsi produk mempengaruhi minat beli konsumen	0.876	>	0.306	Valid
4.	Tingkat kemenarikan kemasan produk mempengaruhi minat beli konsumen	0.804	>	0.306	Valid
5.	Tingkat harga produk yang ditawarkan mempengaruhi minat beli konsumen	0.809	>	0.306	Valid
Minat Beli terhadap Minuman					
1.	Tingkat ke ingin tahu untuk mencari informasi lebih lanjut tentang produk yang ditawarkan	0.633	>	0.306	Valid
2.	Tingkat kebiasaan mengkonsumsi produk sebelumnya mempengaruhi pada minat beli konsumen	0.639	>	0.306	Valid
3.	Tingkat kualitas rasa, tekstur, warna, dan porsi produk mempengaruhi minat beli konsumen	0.819	>	0.306	Valid
4.	Tingkat kemenarikan kemasan produk mempengaruhi minat beli konsumen	0.798	>	0.306	Valid
5.	Tingkat harga produk yang ditawarkan mempengaruhi minat beli konsumen	0.789	>	0.306	Valid

Minat Beli terhadap Kudapan				
1. Tingkat ke ingin tahuan untuk mencari informasi lebih lanjut tentang produk yang ditawarkan	0.429	>	0.306	Valid
2. Tingkat kebiasaan mengkonsumsi produk sebelumnya mempengaruhi pada minat beli konsumen	0.718	>	0.306	Valid
3. Tingkat kualitas rasa, tekstur, warna, dan porsi produk mempengaruhi minat beli konsumen	0.806	>	0.306	Valid
4. Tingkat kemenarikan kemasan produk mempengaruhi minat beli konsumen	0.720	>	0.306	Valid
5. Tingkat harga produk yang ditawarkan mempengaruhi minat beli konsumen	0.738	>	0.306	Valid

Sumber: *Data diolah, 2019*

Hasil uji validitas minat beli konsumen terhadap produk makanan (*main course*), minuman (*baverage*), dan kudapan (*snack*) berdasarkan tabel 3.5 dengan penyebaran kuesioner yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n - 2 = 30 - 2 = 28$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0.306. hasil pengujian kepada 30 responden dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pengujian validitas untuk variabel y yaitu minat beli konsumen yang terdiri dari 5 item pernyataan dinyatakan valid.

Hasil Keseluruhan uji validitas makanan (*main course*), minuman (*baverage*), dan kudapan (*snack*) menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang berada pada kuesioner yang telah disebar dinyatakan **valid** karena semua memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.7.3 Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur semua kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *croanbach alpha*.

Rumus croanbach alpha adalah:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum a_b^2}{a_1^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas

k = Jumlah kuesioner

$\sum \alpha_b^2$ = Jumlah varians skor item

α_1^2 = Varians skor total

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , dengan ketentuan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti instrumen reliabel dan jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ berarti instrumen tidak reliabel.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur pertanyaan yang ada dalam kuesioner, untuk melihat kekonsistenan dari instrumen dalam mengungkap fenomena dari responden meskipun dilakuka dalam waktu yang berbeda dengan mengujicoba menyebarkan kuesioner penelitian kepada 30 orang secara acak.

Kemudian untuk menentukan instrument tersebut dinyatakan reliabel atau tidak, maka dijelaskan kriteria sebagai berikut:

- Nilai *croanbach alpha* $> 0,60$ maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten
- Nilai *croanbach alpha* $< 0,60$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten

Hasil uji validitas diukur menggunakan *software IBM SPSS STATISTIK 25 for windows* dapat dilihat pada tabel 3.6 sebagai berikut:

Tabel 3. 6
Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha

No	Variabel	Ca Hitung	Ca Tabel	Keterangan
Makanan (Main Course)				
1	Harga Jual (X)	0.822	0,60	Reliabel
2	Minat Beli Konsumen (Y)	0.879	0,60	Reliabel
Minuman (Beverage)				
1	Harga Jual (X)	0,679	0,60	Reliabel
2	Minat Beli Konsumen (Y)	0.785	0,60	Reliabel
Kudapan (Snack)				
1	Harga Jual (X)	0.737	0,60	Reliabel
2	Minat Beli Konsumen (Y)	0.728	0,60	Reliabel

Sumber: *Data diolah:2019*

Rezki Febriana .S, 2019

ANALISIS HARGA JUAL PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PENUMPANG KERETA API DI PT. RESKA MULTI USAHA BRANCH OFFICE 2 BANDUNG

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

Berdasarkan tabel 3.6 dapat diketahui bahwa seluruh hasil pengukuran reliabilitas untuk tiap variabel X yaitu harga jual terhadap produk makanan (*main course*), minuman (*beverage*), dan kudapan (*snack*) dan variabel Y yaitu minat beli konsumen terhadap masing-masing produk **reliabel** dengan perolehan tiap nilai variabel X dan variabel Y lebih besar dari $C\alpha$ minimal 0.60.

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

3.7.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, baik variabel dependen maupun variabel independen, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas yaitu data terdistribusi normal jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

3.7.4.2 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependent dan variabel independent mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak, uji linear ini merupakan asumsi sebelum dilakukan analisis regresi linear.

3.7.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varians atau residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi gejala uji heteroskedastisitas, maka dibuat persamaan regresi dengan asumsi tidak ada heteroskedastisitas kemudian menentukan nilai absolut residual, selanjutnya meregresikan nilai absolute residual diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independent

3.7.5 Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2014:261) menjelaskan analisis regresi linier sederhana adalah sebagai berikut: “Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen”. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji sifat hubungan sebab-

akibat antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Sumber: Sugiyono (2014: 261)

Keterangan:

Y = Subjek 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 independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

x = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai independent

3.7.6 Uji Koefisien Korelasi

Analisis korelasi merupakan suatu analisis untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara dua variabel yaitu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi (Sugiyono, 2017:286).

Penulis menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* (r). Menurut (Akdon & Riduwan, 2010: 124) korelasi pearson product moment (r) adalah suatu hubungan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*). Rumus korelasi pearson product moment (r) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan y

n = Banyaknya responden penelitian

xy = Jumlah perkalian antara skor x dan skor y

x = Jumlah skor tiap item dari seluruh responden penelitian
 y = Jumlah skor total seluruh item dari keseluruhan responden penelitian
 untuk memudahkan interpretasi mengenai kekuatan hubungan anatar dua variabel Sugiyono memberikan kriteria sebagai berikut:

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

3.7.7 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin banyak kemampuan variable X menerangkan variabel Y dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, jika R^2 (semakin kecil, mendekati nol, maka akan dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah kecil terhadap variabel variabel terkait). Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

3.7.8 Uji Hipotesa

3.7.8.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial adalah sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- Nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.7.8.2 Uji Simultan (Uji f)

Uji F adalah sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa secara simultan kelima variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara simultan kelima variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.