

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Dr. Uber Silalahi. Objek penelitian adalah fenomena atau masalah penelitian yang telah diabstraksi menjadi konsep atau variabel (Silalahi, 2009, p. 191). Selain itu menurut pendapat Suharsimi Arikunto objek penelitian yakni suatu yang merupakan inti dari problematika penelitian (Arikunto, 2000). Pada penelitian ini mempunyai tujuan guna menganalisis bagaimana pengaruh kemasan terhadap minat beli konsumen pada restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung. Dalam penelitian ini menganalisis dua jenis variabel yaitu variabel independent dan variabel dependen. Menurut Sugiono (2015) variabel independent adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen*. Sedangkan variabel dependent adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel *independen* (Sugiono, 2015). Adapun variabel *independen* dalam penelitian ini yaitu kemasan makanan yang terdiri dari aspek kemasan (variabel X) dan variabel *dependennya* adalah minat beli (Y) pada uji coba penerapan set menu makan di PT. Reska Multi Usaha.

3.2 Populasi & Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti (Cooper, 2003). Populasi mencakup seluruh karakteristik objek yang menjadi fokus penelitian. Dengan kata lain, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Kurniawan, 2012).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah penumpang kereta api.

Tabel 3.1
Data jumlah penumpang Keretapi

Wilayah Kereta Api	Jumlah Penumpang Kereta Api (Ribuan Orang)					Rata-rata
	2019	Januari	Februari	Maret	April	
Jabodetabek	27768	25305	28366	28062	28369	-
Non Jabodetabek (Jawa)	6667	5977	6702	7044	6145	-
Jawa (Jabodetabek+Non Jabodetabek)	34435	31282	35068	35106	34514	-
Total	35122	31899	35751	35809	35102	-
Rata-rata per Bulan	347367					

Sumber: badan pusat statistik 2019

Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah populasi sebesar 34737 penumpang kereta api pada yang akan menjadi objek penelitian.

3.2.2 Sampel

Menurut sugiyono (2015:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi terlalu besar dan peneliti tidak memungkinkan untuk melakukan analisis terhadap seluruh populasi maka peneliti cukup mengambil sampel dari populasi tersebut. Untuk mengambil sampel yang akan diteliti harus benar-benar *representative* (mewakili) seluruh populasi yang ada. Sampel yang diambil dari adalah sebesar penumpang.

3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel (Arikunto, 2010; Sularso, 2003). Sampling berkenaan dengan strategi untuk mencari sampel dari populasi. Menurut Sugiyono (2011:62) mengkategorikan sebuah teknik sampling dibagi menjadi dua yakni Probability Sampling dan Non probability Sampling.

Pada penelitian ini menggunakan teknik Nonprobability Sampling dengan teknik insidental. Penulis dalam menentukan sampel menggunakan rumus Slovin dengan data jumlah rata-rata konsumen restoran kereta api PT. Reksa Multi Usaha *branch office 2* Bandung selama tiga bulan yakni sebesar 49.888. Di bawah ini merupakan Rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Populasi

e = toleransi kesalahan ketelitian yang akan diambil.

Ketentuan rumus Slovin sebagai berikut:

e=0,1 untuk populasi dalam jumlah besar

e=0,2 untuk populasi dalam jumlah kecil

Jumlah populasi pada penelitian ini sebesar 34737 orang dan menggunakan toleransi kesalahan yang digunakan sebesar 0,1. Maka perhitungan penentuan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{34.737}{(1+34737(0,1^2))}$$

$$n = \frac{34737}{348,37}$$

$$n = 99,71 \approx 100$$

Berdasarkan uraian perhitungan di atas jumlah sampel yang dijadikan responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang, dengan respondennya tertuju yakni konsumen restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha *branch office 2* Bandung.

3.4 Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mix-method. menurut Creswell (2014) mix- methods merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan atau mengasosiasikan bentuk kualitatif dan kuantitatif. Sedangkan menurut Johnson dan Cristensen (2007) Mix-Methods atau metode penelitian kombinasi merupakan pendekatan dalam penelitian yang mengkombinasikan atau menghubungkan antara metode penelitian kualitatif dan kuantitatif (mencakup landasan filosofis, penggunaan pendekatan dan mengkombinasikan kedua pendekatan dalam penelitian). Dari berbagai definisi para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Mix-method penelitian adalah penelitian yang memadukan atau mengkombinasikan pendekatan penelitian kualitatif dan kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan teknik campuran bertahap. Menurut Creswell (2010), strategi ini merupakan strategi dimana peneliti menggabungkan data yang ditemukan dari satu metode dengan metode lainnya. Strategi ini dapat dilakukan dengan interview terlebih dahulu untuk mendapatkan data kualitatif lalu diikuti dengan data kuantitatif, dalam hal ini menggunakan survey. Strategi ini menjadi tiga bagian, yaitu :

- a. Strategi eksplanatoris sekuensial. Dalam stretegi ini tahap pertama adalah mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif kemudian diikuti oleh pengumpulan dan menganalisis yang dibangun berdasarkan hasil awal kualitatif. Bobot atau prioritas ini diberikan pada data kuantitatif.
- b. Strategi eksploratoris sekuensial. Strategi ini kebalikan dari strategi eksplanatoris sekuensial, pada tahap pertama peneliti mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif kemudian mengumpulkan data kuantitatif dan menganalisisnya pada tahap kedua yang didasarkan pada hasil dari tahap pertama. Bobot utama pada strategi ini adalah pada data kualitatif.
- c. Strategi transformatif sekuensial. Pada strategi ini peneliti menggunakan perspektif teori untuk membentuk prosedur-prosedur tertentu dalam penelitian. Dalam model ini peneliti boleh memilih untuk

menggunakan salah satu dari dua metode dalam tahap pertama, dan bobotnya dapat diberikan pada salah satu dari keduanya.

Seperti yang disebutkan di atas, Dalam penelitian ini menggunakan strategi metode campuran bertahap (*sequential mixed methods*) terutama Strategi Strategi eksplanatoris sekuensial. Jadi, tahap pertama adalah mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif kemudian diikuti oleh pengumpulan dan menganalisis yang dibangun berdasarkan hasil awal kualitatif.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Menurut Surbarata (2012) menjelaskan bahwa variabel merupakan segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Sedangkan operasional variabel adalah merupakan kegiatan mengurai variabel yang menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (indikator item) yang menunjukkan langsung pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur (Silalahi, 2010). Berdasarkan pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa operasional variabel adalah sebuah kegiatan penjabaran mengenai variabel yang akan di teliti secara lebih terperinci.

TABEL 3.2

OVERASIOANILISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	skala
Variabel Kemasan (X)	Daya tarik visual mengacu pada penampilan kemasan atau label suatu produk mencakup warna, bentuk, merk/logo, Ilustrasi teks/topografi, dan tata letak	Persepsi responden pada desain kemasan yang diukur melalui kecerahan warna, kontras, kombinasi warna.	Tingkat skala pengukuran mengenai kesesuaian warna.	likert
		.Kesesuaian bentuk kemasan dengan sifat produk	Tingkat skala pengukuran kesesuaian kemasan	likert

			dengan sifat produk	
		persepsi responden terhadap kesesuaian desain kemasan diukur melalui lambang yang sesuai dengan produk.	Tingkat skala pengukuran mengenai persepsi responden terhadap kesesuaian lambing/ logo produk.	likert
		Kejelasan huruf untuk dibaca melalui warna dan jenis huruf.	Tingkat skala pengukuran kejelasan huruf (warna dan jenis)	likert
	Daya tarik praktis atau fungsional merupakan efektivitas dan efisiensi suatu kemasan yang ditujukan kepada konsumen maupun distributor, misalnya untuk kemudahan penyimpanan atau pemajangan produk. Cenadi (2000)	Kemampuan kemasan untuk dapat melindungi produk	Tingkat skala pengukuran Kemampuan kemasan untuk dapat melindungi produk	likert
		.Kemampuan kemasan untuk mudah disimpan, mudah dibuka dan ditutup kembali	Tingkat skala pengukuran Kemampuan kemasan untuk mudah disimpan, mudah dibuka dan ditutup kembali	likert

		Kemudahan kemasan untuk dapat dibawa, dijinjing, atau dipegang	Tingkat skala pengukuran Kemudahan kemasan untuk dapat dibawa, dijinjing, atau dipegang	likert
	Sistem informasi adalah komponen-komponen yang saling berkaitan yang bekerja bersama-sama untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan dan menyampaikan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan, koordinasi, pengaturan, analisa, dan visualisasi pada sebuah organisasi. Laudon (2012)	Informasi dapat diterima dengan baik oleh konsumen untuk edukasi wisata gastronomi	Tingkat skala pengukuran biaya yang dikeluarkan untuk kemasan sesuai dengan fungsi yang diterima konsumen	likert
Minat beli konsumen (Y)	Minat beli konsumen (Consumer interest) oleh berbagai faktor,	1. Ingin mencari informasi lebih lanjut tentang produk yang ditawarkan	Tingkat skala pengukuran minat beli terhadap	likert

	termasuk kebiasaan konsumsi, sikap neophilia, dan berbagai intrinsik dan ekstrinsik atribut kualitas produk itu sendiri. (Migliore, 2017).	2. Tertarik membeli karena terbiasa mengkonsumsi produk 3. Tertarik membeli karena kualitas produk. 4. Tertarik membeli karena Kemasan 5. Tertarik membeli karena Harga	seluruh aspek variabel X	
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------	--

Sumber: Pengolahan data: 2019

3.6 Uji instrumen

Suatu penelitian harus memenuhi uji validitas dan reabilitas. Dimana uji validitas berfungsi untuk menunjukkan kebenaran suatu penelitian dan reabilitas berfungsi untuk menentukan kepercayaan suatu penelitian.

3.6.1 Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana kesesuaian hasil penelitian dengan keadaan yang sebenarnya atau sejauh mana hasil penelitian mencerminkan keadaan yang sebenarnya (Nisfiannoor, 2009) Jadi, validitas berkaitan dengan kesesuaian antara indikator yang digunakan untuk mengukurnya.

Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2012). Uji validitas item dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *Product Moment dari Pearson* sebagai berikut:

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

Arikunto (2009:72)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

N = Jumlah responden uji coba

X = skor tiap item

Y = skor seluruh item responden uji coba

Setelah mendapatkan hasil r_{hitung} , selanjutnya membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti valid, sebaliknya jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ berarti tidak valid.

Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuisisioner, yaitu untuk mengetahui valid atau tidaknya butir-butir soal dalam kuisisioner. Uji validitas yang dilakukan oleh penulis dilakukan dengan mengujicobakan angket penelitian kepada 30 konsumen kereta api dengan jumlah item pertanyaan 11 pertanyaan. Penumpang kereta api dipilih secara acak. Langkah pengujian validitas tersebut harus dibandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , dapat diketahui bahwa r_{tabel} untuk 30 responden dengan taraf signifikansi 0,05 adalah 0,361. Hasil uji validitas variabel X dan Y dari tiap item yang menggunakan rumus product moment dengan penggunaan *software IBM SPSS V 25 for windows* dapat dilihat pada tabel 3.3 dibawah ini :

A. Makanan Berat/*Main Course* (Nasi Cikur)

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Nasi Cikur

No	Pertanyaan	r _{hitung}	><	r _{tabel}	Keterangan
Kemasan makanan (X)					
1	Kemasan memiliki bentuk yang tepat	0,61 2	>	0,361	Valid
2	Kombinasi grafis, warna, kemasan menarik	0,667	>	0,361	Valid
3	Logo dan merek mudah dikenali	0,543	>	0,361	Valid
4	Huruf kemasan terbaca jelas	0,585	>	0,361	Valid
5	Kemasan melindungi isi produk dengan baik	0,534	>	0,361	Valid
6	Kemasan praktis dibawa	0,539	>	0,361	Valid
7	Kemasan produk mudah disimpan	0,709	>	0,361	Valid
8	Informasi scan barcode mudah digunakan	0,590	>	0,361	Valid
9	Informasi scan barcode menarik dicoba	0,618	>	0,361	Valid
10	Informasi scan barcode menambah wawasan kuliner/ gastronomi nusantara	0,514	>	0,361	Valid
Variabel minat beli (Y)					
20	Saya ingin mencari informasi lebih lanjut tentang produk yang di tawarkan	0,668	>	0,361	Valid

Ulfa Nurfadilah, 2019

UJI PENAWARAN KEMASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KERETA API PT.RESKA
MULTI USAHA BRANCH OFFICE 2 BANDUNG

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

21	Saya tertarik membeli karena terbiasa mengkonsumsi produk tersebut	0,674	>	0,361	Valid
23	Saya tertarik membeli karena kualitas produk	0,705	>	0,361	Valid
24	Saya tertarik membeli karena kemasan produk	0,679	>	0,361	Valid
25	Saya tertarik membeli karena harga produk	0,821	>	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan data, 2019

Dari tabel 3.5 dapat dilihat hasil pengujian terhadap 30 responden seluruh pertanyaan dapat dinyatakan valid dan bisa dijadikan pertanyaan dalam kuisioner. Karena nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} .

B. Minuman (Bajigur)

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Bajigur

No	Pertanyaan	r_{hitung}	><	r_{tabel}	Keterangan
Kemasan Minuman (X)					
1	Kemasan memiliki bentuk yang tepat	0,626	>	0,361	Valid
2	Kombinasi grafis, warna, kemasan menarik	0,554	>	0,361	Valid
3	Logo dan merek mudah dikenali	0,446	>	0,361	Valid
4	Huruf kemasan terbaca jelas	0,361	>	0,361	Valid
5	Kemasan melindungi isi produk dengan baik	0,469	>	0,361	Valid
6	Kemasan praktis dibawa	0,449	>	0,361	Valid
7	Kemasan produk mudah disimpan	0,417	>	0,361	Valid
8	Informasi scan barcode mudah digunakan	0,692	>	0,361	Valid

9	Informasi scan barcode menarik dicoba	0,764	>	0,361	Valid
10	Informasi scan barcode menambah wawasan kuliner/ gastronomi nusantara	0,753	>	0,361	Valid
Variabel minat beli (Y)					
20	Saya ingin mencari informasi lebih lanjut tentang produk yang di tawarkan	0,690	>	0,361	Valid
21	Saya tertarik membeli karena terbiasa mengkonsumsi produk tersebut	0,816	>	0,361	Valid
23	Saya tertarik membeli karena kualitas produk	0,840	>	0,361	Valid
24	Saya tertarik membeli karena kemasan produk	0,687	>	0,361	Valid
25	Saya tertarik membeli karena harga produk	0,774	>	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan data, 2019

Dari tabel 3.4 dapat dilihat hasil pengujian terhadap 30 responden seluruh pertanyaan dapat dinyatakan valid dan bisa dijadikan pertanyaan dalam kuisioner. Karena nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} .

C. Kudapan (Roti Kecil)

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Roti Kecil

No	Pertanyaan	r_{hitung}	><	r_{tabel}	Keterangan
Kemasan (X)					
1	Kemasan memiliki bentuk yang tepat	0,489	>	0,361	Valid
2	Kombinasi grafis, warna, kemasan menarik	0,543	>	0,361	Valid

3	Logo dan merek mudah dikenali	0,729	>	0,361	Valid
4	Huruf kemasan terbaca jelas	0,708	>	0,361	Valid
5	Kemasan melindungi isi produk dengan baik	0,671	>	0,361	Valid
6	Kemasan praktis dibawa	0,804	>	0,361	Valid
7	Kemasan produk mudah disimpan	0,725	>	0,361	Valid
8	Informasi scan barcode mudah digunakan	0,462	>	0,361	Valid
9	Informasi scan barcode menarik dicoba	0,476	>	0,361	Valid
10	Informasi scan barcode menambah wawasan kuliner/ gastronomi nusantara	0,720	>	0,361	Valid
Variabel minat beli konsumen (Y)					
20	Saya ingin mencari informasi lebih lanjut tentang produk yang di tawarkan	0,808	>	0,361	Valid
21	Saya tertarik membeli karena terbiasa mengkonsumsi produk tersebut	0,805	>	0,361	Valid
23	Saya tertarik membeli karena kualitas produk	0,911	>	0,361	Valid
24	Saya tertarik membeli karena kemasan produk	0,740	>	0,361	Valid
25	Saya tertarik membeli karena harga produk	0,866	>	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan data, 2019

Dari tabel 3.5 dapat dilihat hasil pengujian terhadap 30 responden seluruh pertanyaan dapat dinyatakan valid dan bisa dijadikan pertanyaan dalam kuisisioner. Karena nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} .

3.6.2 Reabilitas

Reabilitas berbicara tentang sejauh mana hasil pengukuran yang dilakukan tetap konsisten apabila diukur kembali pada orang yang sama di waktu yang berbeda atau pada orang yang berbeda di waktu yang sama (Nisfiannoor, 2009:211).

Selain itu reabilitas adalah “suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik” (Arikunto, 2009) Uji reabilitas dimaksudkan untuk melihat konsistensi dari instrumen dalam mengungkapkan fenomena dari sekelompok individu meskipun dilakukan dalam waktu yang berbeda. Uji reabilitas, dihitung dengan menggunakan rumus alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Arikunto (2009:109)

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item

σ_i^2 = Jumlah varians skor tiap item

$\sum \sigma_t^2$ = Varians total

Dimana untuk menentukan variansnya dapat dihitung dengan cara, berikut ini :

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Arikunto (2009:109)

Keputusannya dengan membandingkan dengan r_{tabel} , dengan ketentuan

jika $> r_{tabel}$ berarti reliabel dan $\leq r_{tabel}$ berarti tidak reliabel.

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk melihat ketetapan dari instrumen dalam mengungkapkan fenomena dari responden meskipun dilakukan dalam waktu yang berbeda. Suatu instrument penelitian diindikasikan memiliki tingkat reabilitas memadai jika koefisien Cronbach's Alpha $<$ atau $\leq 0,600$ dihitung dalam hal rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep.

A. Makanan berat/ *Main Course* (Nasi Cikur)

Dalam tabel 3.6 ditampilkan hasil uji reliabilitas untuk seluruh variabel kemasan Nasi Cikur menggunakan rumus alpha dengan penggunaan *software IBM SPSS V 25.0 for windows*.

Tabel 3.6

Hasil Uji Reabilitas Cronbach's Alpha Nasi Cikur

No.	Variabel	$C\alpha$ hitung	$C\alpha$ minimal	Keterangan
1.	Menu Minuman(X)	0,796	0,60	<i>Reliable</i>
2.	<i>Minat beli</i> (Y)	0,753	0,60	<i>Reliable</i>

Sumber: Pengolahan data: 2019

Berdasarkan tabel 3.6 di atas dapat diketahui bahwa instrumen untuk kedua variabel X dan Y dinyatakan **reliable** dengan perolehan nilai untuk X yaitu 0,796, dan untuk Y yaitu 0,753 yang berarti lebih besar dari $C\alpha$ minimal 0,600 dan seluruh variabel reliabel.

B. Minuman (Bajigur)

Dalam tabel 3.7 ditampilkan hasil uji reliabilitas untuk seluruh variabel kemasan Bajigur menggunakan rumus alpha dengan penggunaan *software IBM SPSS V 25.0 for windows*.

Tabel 3.7

Hasil Uji Reabilitas Cronbach's Alpha Nasi Cikur

No.	Variabel	$C\alpha$ hitung	$C\alpha$ minimal	Keterangan
1.	Menu Minuman(X)	0,880	0,60	<i>Reliable</i>
2.	<i>Minat beli</i> (Y)	0,820	0,60	<i>Reliable</i>

Sumber: Pengolahan data: 2019

Berdasarkan tabel 3.7 di atas dapat diketahui bahwa instrumen untuk kedua variabel X dan Y dinyatakan **reliable** dengan perolehan nilai untuk X yaitu 0,880, dan untuk Y yaitu 0,820 yang berarti lebih besar dari $C\alpha$ minimal 0,600 dan seluruh variabel reliabel.

Ulfa Nurfadilah, 2019

UJI PENAWARAN KEMASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KERETA API PT.RESKA
MULTI USAHA BRANCH OFFICE 2 BANDUNG

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

C. Kudapan (Roti Kecil)

Dalam tabel 3.8 ditampilkan hasil uji reliabilitas untuk seluruh variabel kemasan Roti Kecil menggunakan rumus alpha dengan penggunaan *software IBM SPSS V 25.0 for windows*.

Tabel 3.8

Hasil Uji Reabilitas Cronbach's Alpha Roti Kecil

No.	Variabel	$C\alpha$ hitung	$C\alpha$ minimal	Keterangan
1.	Menu Minuman(X)	0,825	0,60	<i>Reliable</i>
2.	<i>Minat beli</i> (Y)	0,885	0,60	<i>Reliable</i>

Sumber: Pengolahan data: 2019

Berdasarkan tabel 3.8 di atas dapat diketahui bahwa instrumen untuk kedua variabel X dan Y dinyatakan **reliable** dengan perolehan nilai untuk X yaitu 0,825, dan untuk Y yaitu 0,885 yang berarti lebih besar dari $C\alpha$ minimal 0,600 dan seluruh variabel reliabel.

3.7 Jenis Pengumpulan data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang sudah ditetapkan. Menurut Indiarto dan Supomo dalam Purhantara (2010) data primer dapat berupa opini subjek, hasil observasi terhadap suatu perilaku atau kejadian dan hasil pengujian. Data primer penelitian ini bersumber dari PT. KAI dan PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung yang berasal dari karyawan/manager dan para penumpang kereta api yang pernah melakukan pemesanan pada restoran kereta api Argo Willis jurusan Bandung-Surabaya.
2. Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian, yakni dapat diperoleh melalui perantara atau diperoleh dan dicatat oleh lain pihak. Pengertian tersebut disampaikan oleh

Indiarto dan Supomo dalam Purhantara (2010:80). Data sekunder dapat diperoleh dari studi kepustakaan berupa data dan dokumentasi. Data sekunder yang digunakan penulis adalah dokumen laporan periodik penjualan restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung, karya ilmiah, artikel, jurnal, dan buku–buku penunjang yang berhubungan dengan topik penelitian.

3.8 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang di butuhkan pada suatu penelitian. Dibawah ini merupakan beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam suatu penelitian, yaitu:

1. Wawancara

Menurut setyandi (2005:22) wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses Tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Wawancara dilakukan untuk memperoleh suatu informasi secara langsung sebanyak mungkin dan sejelas mungkin kepada subjek penelitian.

2. Kuisisioner (*quisioner*)

Kuisisioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam suatu sistem yang sudah ada.

3. Pengamatan (*observation*)

Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung, ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Ridwan, 2004). Observasi dilakukan dalam sebuah penelitian agar hasil yang diteliti diperoleh secara langsung dengan pengamatan secara langsung.

3.9 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian mix methods sehingga untuk melakukan analisis data dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu sebagai berikut :

1. Analisis campuran bersamaan yaitu analisis terhadap data kualitatif dan kuantitatif.

Ulfa Nurfadilah, 2019

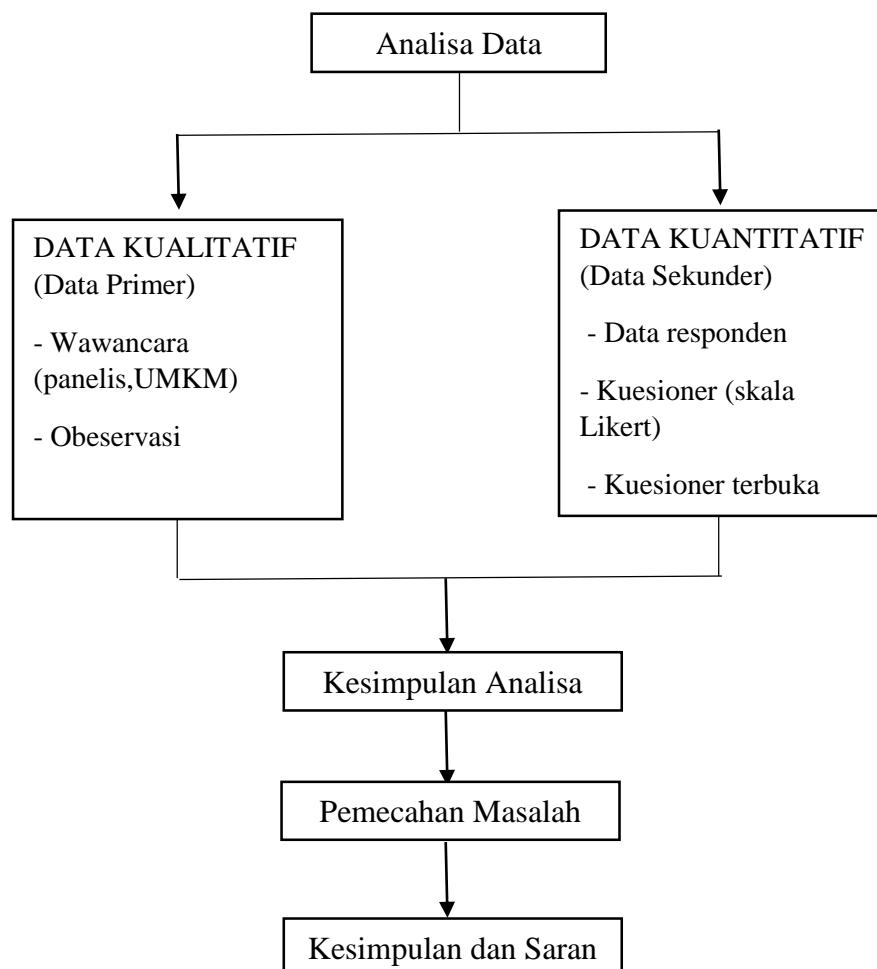
UJI PENAWARAN KEMASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KERETA API PT.RESKA
MULTI USAHA BRANCH OFFICE 2 BANDUNG

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

2. Analisis kualitatif-kuantitatif bertahap yaitu analisis data kualitatif diikuti pengumpulan dan analisis data kuantitatif sebagai penegasan.
3. Analisis kuantitatif-kualitatif bertahap yaitu analisis data kuantitatif diikuti pengumpulan analisis data kualitatif

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif-kuantitatif bertahap. Jadi, analisis dilakukan pada data kualitatif lalu diikuti analisis data kuantitatif. Kelompok yang telah teridentifikasi kemudian dibandingkan dengan data kuantitatif yang tersedia atau dengan data yang dikumpulkan melalui analisis kualitatif.

Data yang dianalisa adalah data primer yaitu hasil wawancara, observasi lapangan dan hasil jawaban dari kuesioner terbuka. Sedangkan data sekunder diharapkan dapat menunjang data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner yang memberikan data responden dan jawaban yang diukur dengan skala Likert dan dihitung dengan menggunakan program statistik SPSS.



Sumber: pengolahan data (2019)

Gambar 3.1. Sistematika Analisa Data

Gambar 3.1 menjelaskan mengenai sistematika proses analisis data dari penelitian dengan menggunakan metode mix method.

3.9.1 Rancangan Analisis data

Rancangan penelitian berfungsi untuk melihat adanya tujuan dan target yang akan dicapai dalam penelitian. Sehingga memudahkan untuk memudahkan peneliti untuk memecahkan masalah dengan baik. Salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah kuisisioner kepada konsumen PT. Reska Multi Usaha.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu analisis data deskriptif dan analisa data verifikatif, berupa pengujian hipotesis menggunakan uji statistik. Pengolahan data dari hasil kuisisioner dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Menyusun Data

Menyusun data berfungsi untuk mengecek kelengkapan data. Diantaranya indentitas responden, kelengkapan jawaban, serta kelengkapan data lain serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

Tabulasi diartikan sebagai proses pembuatan tabel-tabel yang berisi data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Dalam melakukan tabulasi diperlukan ketelitian agar tidak terjadi kesalahan. selain itu, tujuan dari tabulasi adalah mengatur informasi agar menjadi terorganisir sehingga bisa mudah dipelajari, disimpulkan dan disimpan. Proses tabulasi data dapat dilakukan dengan cara berikut ini:

- a. Memberi skor/kode pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun rangking pada setiap item. *Likert (lekert's summated ratings)* merupakan skala pengukuran yang digunakan dipenelitian ini. Skor Pembobotan kuisisioner adalah sebagai berikut:

Tabel 3.9
Skor Alternatif Jawaban pertanyaan Variabel X dan Y

Alternatif jawaban	Skor
Sangat tidak setuju (STS)	1
Tidak setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

Sumber: Pengolahan data, 2019

Nilai tertinggi yang dapat diberikan responden adalah 4 dan nilai terendah yang dapat diberikan responden adalah 1.

3.9.1.1 Analisis Deskriptif

Seperti yang dikatakan Sugiyono (2013:7) metode analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari variabel itu dengan variabel lain. Selain itu, analisis deskriptif dapat diartikan sebagai cara untuk melakukan analisis data untuk mengetahui nilai variabel dependen dan independen.

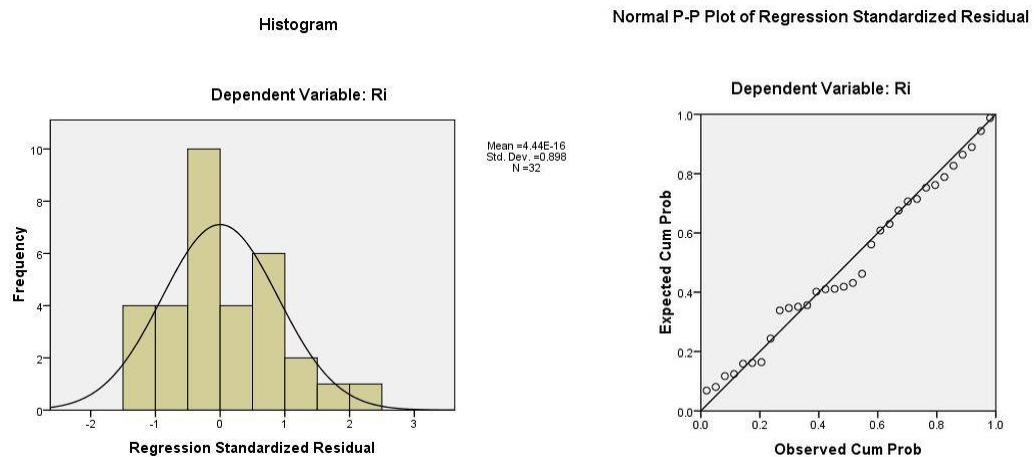
3.9.1.2 Analisis Verifikatif

Sugiyono (2013:8) menyatakan bahwa metode analisis verifikatif dapat diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dilakukan dengan cara menyusun variabel X dan Y menjadi sebuah angket/kuisisioner. Angket tersebut dijadikan acuan untuk mendapatkan hasil mengenai pengaruh kemasan terhadap minat beli konsumen. Metode penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat/dependen dan variabel bebas/independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi dapat dikatakan baik apabila keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat tabel histogram dan penyebaran data (titik) pada sumber dari grafik normal probability plot seperti gambar di bawah ini:



Gambar 3.2

Tabel Histogram dan Grafik Garis Normal Probability Plot.

Data berdistribusi normal jika titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal (Ghozali, 2013). Untuk mengetahui apakah suatu data tersebut normal atau tidak secara statistik maka dilakukan uji statistik menurut Kolmogorov-Smirnov satu arah atau analisis grafis. Dua arah menggunakan kepercayaan 5%. Dasar pengambilan keputusan normal atau tidaknya data yang akan diolah berdasarkan Ghozali (2013) adalah sebagai berikut:

- Apabila hasil signifikansi lebih besar ($>$) dari 0.05 maka data terdistribusi normal.
- Apabila hasil signifikansi lebih kecil ($<$) dari 0.05 maka data tidak terdistribusi secara normal.

3.10.2 Uji Linearitas

Menurut Winarsunu (2010:180) Uji Linearitas dapat diartikan sebagai suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier tidaknya suatu distribusi data penelitian. Hasil yang diperoleh melalui uji linieritas akan menentukan teknik analisis yang akan digunakan. Apabila dari hasil uji linieritas didapatkan kesimpulan bahwa distribusi data linier, maka penelitian diselesaikan dengan teknik analisis linier, namun apabila distribusi data tidak linier, maka penelitian diselesaikan dengan teknik non-linier. Adapun kriteria dari uji linieritas adalah apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka data tersebut adalah linier dan sebaliknya apabila diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka data tersebut tidak linier. Perhitungan dapat dilakukan menggunakan program perhitungan SPSS Versi 25.

3.10.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2013). Untuk mengetahui hasil uji dari uji multikolinieritas dapat dilihat dari beberapa cara, yakni sebagai berikut:

1. Dengan melihat nilai tolerance:
 - a) Apabila nilai tolerancenya sendiri lebih besar dari 0,10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas
 - b) Sedangkan bila nilai tolerancenya lebih kecil dari 0,10 maka kesimpulan yang didapat adalah terjadi multikolinieritas.
2. Dengan melihat nilai VIF:
 - a) Jika nilai VIF lebih dari 10, maka kita akan mendapat kesimpulan bahwa data yang kita uji tersebut memiliki multikolinieritas
 - b) Sedangkan jika nilai VIF dibawah 10, maka kita akan mendapat kesimpulan bawa data yang kita uji tidak memiliki kolinieritas.

Rumus: $VIF = 1 / (1 - R^2)$

Jika didalam pengujian ternyata didapatkan sebuah kesimpulan bahwa antara variable independent tersebut saling terikat, maka pengujian tidak dapat dilakukan kedalam tahapan selanjutnya yang disebabkan oleh tidak dapat ditentukannya koefisien regresi variable tersebut tidak dapat ditentukan dan juga nilai standard errornya menjadi tak terhingga.

3.10.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data crossectin mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar) (Ghozali, 2013). Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan Melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Uji white yang pada prinsipnya meregres residual yang dikuadratkan dengan variabel bebas pada model. Kriteria uji white adalah jika: $\text{Prob Obs} * R \text{ square} > 0,05$, maka tidak ada heteroskedastisitas.

Dasar Analisis:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.11 Analisis Korelasi dan determinasi

A. Uji Korelasi

Analisis korelasi merupakan suatu analisis untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara 2 variabel yaitu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) atau untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2015, hlm. 142).

Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel – variabel independen yaitu kualitas menu dan *suggestive selling* secara parsial dengan variabel dependen yaitu volume penjualan. Penulis menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* (r). Menurut (Akdon & Riduwan, 2010, hlm. 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

Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Nilai koefisien harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ($-1 < r \leq +1$), yang menghasilkan beberapa kemungkinan yaitu:

- a. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif antara variabel-variabel yang di uji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y.
- b. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan Y dan sebaliknya.

- c. Jika $r = 0$ atau mendekati 0, maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti.

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

Tabel 3.10
Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval	Koefisien Tingkat Hubungan
0,80 – 1,00	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: Rumus dan Data dalam Analisis Statistika

(Akdon & Riduwan, 2010, hlm. 124)

B. Uji koefisiensi determinasi (*Adjusted R Square*)

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi sederhana, maka yang digunakan adalah nilai R Square.

Koefisien determinasi menyatakan bahwa besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi dilambangkan dengan r^2 . Adapun rumus koefisien determinan menurut (Akdon & Riduwan, 2010, hlm. 124) sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Di mana:

KP = Nilai Koefisien Determinan

R = Nilai Koefisien Korelasi

3.12 Pengujian Hipotesis

3.12.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji salah satu hipotesis di dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel.

Hasil Uji t dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig. dengan syarat:

1) Jika probabilitas $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

2) Jika probabilitas $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

3.12.2 Uji Simultan

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005:84).

Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah :

- a. H_0 : Variabel-variabel bebas yaitu kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan dan berdampak pada minat beli ulang pelanggan.
- b. H_a : Variabel-variabel bebas yaitu kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan dan berdampak pada minat beli ulang pelanggan. Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2005:84) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:
 1. Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 2. Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.12.3 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Sedangkan untuk nilai konstanta a dan b dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y_i \sum X_i^2 - \sum X_i \sum X_i Y_i}{n \sum X_i^2 - \sum X_i^2}$$

$$b = \frac{n \sum Xi \sum Yi - \sum Yi \sum Xi}{n \sum Xi^2 - \sum Xi^2}$$

Keterangan

Y = Variabel dependen

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

b = Koefisien regresi

X = Variabel independen

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dihitung koefisien korelasi. Jenis korelasi hanya bisa digunakan pada hubungan variabel garis lurus (linier) adalah korelasi *Pearson product moment (r)* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum Xi Yi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2 \quad n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2}$$

$$\frac{n \sum Xi Yi \quad \sum Xi)(\sum Yi)}{n \sum Xi^2 \quad (\sum Xi)^2 \quad n \sum Yi^2 \quad (\sum Yi)^2}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

X = Variabel Independen

Y = Variabel Dependen

Setelah korelasi dihitung dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%) dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

