

## BAB 3

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh harga, produk, dan promosi jajanan tradisional Ali Agrem terhadap keputusan pembelian Generasi Milenial di Kota Bandung. Objek ini berkaitan dengan variabel independen (variabel bebas) dan satu variabel dependen (variabel terikat). Variabel independennya yaitu harga, produk, dan promosi sementara variabel dependennya yaitu keputusan pembelian generasi *mlennial*. Penulis menguji bagaimana pengaruh harga, produk, dan promosi jajanan tradisional Ali Agrem terhadap keputusan pembelian generasi *millennial* di Kota Bandung. Penduduk dengan kelompok usia 15 tahun sampai 21 di Kota Bandung dijadikan sebagai responden atau objek dalam penelitian ini

#### 3.2 Metode Penelitian

##### 3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel, menguji hipotesis, dan untuk menggambarkan sebuah objek penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif* dan *verifikatif*. Pengertian metode *deskriptif* menurut Sugiyono (2014:53) yaitu: “Suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen).”

Selain itu Sugiyono (2013:12) juga mengungkapkan tujuan lain dari penelitian *deskriptif* adalah untuk menjabarkan suatu keadaan maupun fenomena saat ini dengan cara menggunakan prosedur ilmiah yang digunakan untuk menjawab masalah secara aktual. Sementara itu, penelitian *verifikatif* merupakan penelitian yang ditunjukkan untuk menguji hipotesis, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Metode ini

Tiara Ratnakandi Dewi, 2020

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI JAJANAN TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

juga digunakan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh harga, produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian Generasi Milenial di Kota Bandung.

Selain dua metode diatas, penelitian ini juga menggunakan data kuantitatif dimana Sugiyono (2014, hal. 23) berpendapat bahwa data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang di jadikan angka (*skoring*).

### 3.3 Operasional Variabel

Variabel yang terlibat dalam penelitian ini adalah Harga ( $X_1$ ), produk ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) sebagai variabel independen. Ketiga variabel tersebut akan diketahui pengaruhnya terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebagai variabel dependen. Agar lebih jelas mengenai operasional variabel maka dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut:

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	Nomor Item
Harga ( $X_1$ )	Swastha (1990) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa harga	Keterjangkauan harga	Harga yang ditawarkan terjangkau bagi konsumen	Ordinal	1
		Harga sesuai dengan kualitas produk	Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas produk yang disajikan		2

	yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual. Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya.				
Produk (X <sub>2</sub> )	Supranto & Limakrisna (2011) mengemukakan suatu produk adalah apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan seorang konsumen, untuk memenuhi kebutuhan yang dipersepsikan.	Kemasan	Tampilan produk yang ditawarkan sesuai dengan gambar terlihat	Ordinal	3
		Kualitas	Kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan yang disajikan		4
		Kemenarikan Penyajian	Kemenarikan penyajian produk yang ditawarkan sesuai dengan tampilan		5

		Rasa	Tampilan produk yang disajikan menarik		6
			Cita rasa dari produk yang disajikan		7
Promosi (X <sub>3</sub> )	Menurut Lamb, dkk (2001), promosi merupakan cara pemasar untuk berkomunikasi atau menginformasikan dan mengingatkan calon pembeli mengenai sebuah produk untuk memengaruhi suatu pendapat atau memperoleh suatu respon.	Kemenarikan desain perhatian generasi milenial	Ketertarikan dalam desain yang disajikan dapat menjadikan oleh-oleh khas kota Bandung	Ordinal	8,9
		Kelengkapan informasi	Terdapat manfaat yang tertera pada kemasan		10,11

### 3.4 Populasi, Sampel, dan Tekning Sampling

Setiap penelitian yang memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat diselesaikan. Populasi merupakan objek. Maka dengan menentukan populasi, peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Peneliti akan mengambil sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang disebut sampel untuk memperudah pengolahan data. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan metode atau teknik sampling tertentu

Tiara Ratnakandi Dewi, 2020

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI JAJANAN TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

### 3.4.1 Populasi

Sugiyono (2013) mendefinisikan populasi sebagai generalisasi wilayah yang terdiri atas subjek dan objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini yaitu jumlah penduduk dengan kelompok usia 15 – 21 tahun di Kota Bandung sebanyak 217.534 orang.

### 3.4.2 Sampel

Anggota sampel yang tepat untuk digunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki oleh peneliti (Sugiyono 2013). Semakin besar sampel yang diteliti, maka peluang terjadinya kesalahan pun akan semakin kecil dan sebaliknya. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus *representatif* (dapat mewakili populasi). Dalam penelitian ini, sampel diambil dari populasi dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 10% (0,10). Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel seperti sebagai berikut

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi yang akan diteliti sebanyak 217.534 orang. Maka sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut sebesar :

$$n = \frac{217534}{1 + (217534)(0,1)^2}$$

$$= \frac{217534}{2176.34}$$

$$= 99.95$$

Maka sampel pada penelitian sebanyak 99.95 orang. Dibulatkan menjadi 100 orang.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik yang digunakan dalam menentukan sampel dalam penelitian. Teknik sampling dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah sebuah metode sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap orang. Sementara itu, teknik *purposive sampling* ialah cara pengambilan sampel dengan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti yang sesuai dengan kebutuhan.

### 3.5 Alat Ukur dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan - keterangan lainnya dalam penelitian yang dilakukan. Dalam mengumpulkan data penelitian, peneliti mengumpulkan dari berbagai data serta dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi, seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi 10 indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item - item instrumen berupa pertanyaan maupun pernyataan. Adapun alternatif jawaban

dengan menggunakan skala likert yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pernyataan alternatif:

**Tabel 3.2**

**Alternatif Jawaban Kuisisioner**

<b>No</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Bobot Nilai</b>
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Tidak Sangat Setuju	1

Tujuan utama dari penelitian ialah untuk mendapatkan data. Sugiyono (2013:137) menyebutkan apabila menurut sumbernya data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Data primer.

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung saat penelitian. Untuk memperoleh data primer, peneliti melakukan :

- a. Observasi, observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung ke lapangan. Observasi ini dilakukan terhadap responden yaitu generasi *millennial* di Kota Bandung
- b. kuesioner, peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang berisi daftar pertanyaan yang menyangkut dengan identitas responden (jenis kelamin, usia, pekerjaan, uang saku) dan variabel yang diteliti (harga, produk, dan promosi). Agar lebih efisien mendapatkan data dari responden maka jawaban pada kuesioner tersebut disusun dengan menggunakan skala semantik differensial dimana jawabannya memiliki nilai dari yang paling positif (nilai 5) sampai yang paling negatif (nilai 1).

2. Data sekunder

Tiara Ratnakandi Dewi, 2020

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI JAJANAN TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

Merupakan data yang diperoleh dari pihak secara tidak langsung. Peneliti melakukan studi kepustakaan (*library research*) seperti membaca buku, jurnal, artikel, skripsi, serta situs internet yang berhubungan dengan harga, produk, promosi untuk memperoleh landasan teori yang akan digunakan dalam pemecahan masalah yang diteliti.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang tidak biasa, maka sebelumnya dilakukan penelitian terlebih dahulu harus diuji kevalidan dan kerealibilitas sebuah instrument penelitian sebagai sebuah alat ukur. Pengujian instrumen ini menggunakan 2 tahap pengujian, yaitu uji validitas dan uji realibilitas.

#### 3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang kita inginkan. Menurut Sugiyono (2011) yang dikutip oleh Nurhapni, Intan (2012) bahwa menggunakan Analisa item, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan total nilai seluruh butir pertanyaan untuk suatu variable dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*. Syarat minimum untuk dianggap valid adalah  $r_{hitung} > r_{table}$ . Uji validitas instrumen dapat menggunakan rumus korelasi. Untuk mencari nilai korelasinya penulis menggunakan rumus *Pearson Product Moment (Product Moment Correlation Analysis)*, dengan menggunakan rumus konsep yang diajukan Sugiyono (2017:276) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_1^2 - (\sum y_1)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi pearson product moment

$n$  = Banyaknya sampel

$\sum x$  = Jumlah nilai variabel  $x$

$\sum y$  = Jumlah nilai variabel  $y$

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat variabel  $x$

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat variabel  $y$

Dengan memakai nilai signifikan  $\alpha = 0,05$  koefisien korelasi yang didapat dari hasil perhitungan dibandingkan dengan nilai dari tabel korelasi nilai  $r$  dengan derajat kebebasan, dimana  $n$  menyatakan jumlah banyak responden. Jika  $r_{hitung} > r_{0.05}$  dikatakan valid, sebaliknya jika  $r_{hitung} \leq r_{0.05}$  dikatakan tidak valid.

### 3.6.2 Uji Realibilitas

Menurut Imam Ghozali (2018:45) mengenai uji reliabilitas instrumen adalah sebagai berikut: “Alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama.

Menurut Sugiyono (2017:199) mengenai uji reliabilitas instrumen adalah sebagai berikut: “Uji reliabilitas digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliable dan digunakan untuk mengukur berkali-kali untuk menghasilkan data yang sama (konsistensi).”

Untuk melihat reliabilitas masing-masing instrumen yang digunakan, penulis menggunakan teknik *Cornbach Alpha* ( $\alpha$ ) dengan menggunakan software IBM SPSS *Statisticts* versi 25.0 *for windows*. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *cornbach's alpha* lebih besar dari 0,5 yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

$$A = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1) \cdot r}$$

Keterangan:

A= Koefisien reliabilitas

k = Jumlah item reliabilitas

r = Rata-rata korelasi antar item

1 = Bilangan konstanta

### 3.6.3 Analisis Asosiatif Hubungan Kausal

Analisis asosiatif hubungan kausal pada penelitian ini, digunakan untuk menjawab rumusan masalah mengenai hubungan antar variabel penelitian, baik secara parsial maupun simultan. Adapun langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

#### 1. Uji Normalitas

Prof. Dr. Sugiyono (2016: 241) mengemukakan: “Penggunaan *statistic parametris* mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusika normal”. Oleh karena itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitaian ini adalah *Kolmogrov-Smirnov Test*.

#### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Jika terjadi 85 kolerasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinierita.

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Jika terbukti ada multikolinieritas, sebaiknya salah satu independen

yang ada dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diulang kembali (Singgih Santoso, 2010:234).

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka *tolerance* mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas (Gujarati, 2012:432). Menurut Singgih Santoso (2012:236) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{VIF} = \frac{1}{\mathbf{Tolerance}} \quad \mathbf{atau} \quad \mathbf{Tolerance} = \frac{1}{\mathbf{VIF}}$$

### 3. Analisis Korelasi Produk Momem-Pearson

Korelasi Produk Momem-Pearson ditemukan oleh Karl Pearson pada tahun 1900. Teknik analisis Korelasi Produk Momem-Pearson sangat populer dan sering dipakai oleh para peneliti. Korelasi Produk Momem-Pearson bertujuan untuk dapat mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel bebas (*independent*). Berikut rumus Korelasi Produk Momem-Pearson menurut Sugiyono (2003:212):

$$r_{xy} = \frac{(nxy)-(x)(y)}{\sqrt{(nx^2-(x)^2)(ny^2-(y)^2)}}$$

Keterangan:

r = Korelasi Produk Momem-Pearson

n = Jumlah Data

x = Variabel X

y = Variabel Y

Untuk memberikan interpletasi terhadap koefisien korelasi maka dapa berpedoman pada keturunan tabel dibawah ini:

**Tabel 3.3**

### Interpelasi koefisien kolerasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2003:213)

#### 4. Analisis Regresi Linier Ganda

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2014:277) bahwa: “Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2”.

Menurut Sugiyono (2014:277) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Manajemen Laba

a = Koefisien konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi

$X_1$  = *Good Corporate Governance*

$X_2$  = *Earning Power*

Tiara Ratnakandi Dewi, 2020

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI JAJANAN TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

$\varepsilon$  = *Error*, variabel gangguan

Jika koefisien b bernilai positif, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat korelasi positif atau searah. Dengan kata lain, peningkatan atau penurunan variabel bebas diikuti dengan kenaikan atau penurunan variabel terikat. Sedangkan jika koefisien b bernilai negative, maka menunjukkan arah yang berlawanan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain, setiap peningkatan variabel bebas akan diikuti dengan penurunan variabel terikat atau sebaliknya.

#### 5. Pengujian Hipotesis Dengan Uji-T

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model penelitian. Uji t ini dilakukan untuk pengambilan keputusan hipotesis dengan melihat angka signifikansi. Jika angka signifikansi  $< 0,05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini (Ghozali, 2011: 98). Cara yang dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak adalah dengan cara merumuskan hipotesis

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh,

$H_a$ : Terdapat pengaruh.

Dengan merumuskan rumus terhitung :

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

Keterangan

r = Koefisien korelasi

$r^2$  = Koefisien determinasi

n = Sampel 2.

Menentukan tabel nilai tabel dapat dilihat pada tabel statistik untuk signifikansi  $0,05/2 = 0,025$  dengan derajat kebebasan  $df = n - (k-1)$ . Kriteria diterima atau ditolaknya hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Jika  $sig \leq 0,05$ , artinya  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima, yang menandakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan.
2. Jika  $sig > 0,05$ , artinya  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak, yang menandakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan.
6. Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Menurut Imam Ghozali (2018:98) mengenai uji statistik f adalah sebagai berikut: “Uji statistik F atau uji signifikansi simultan. Uji ini menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.” Adapun rumus yang diajukan oleh Sugiyono (2017:284) adalah sebagai berikut

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

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien Korelasi Ganda

k = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah Sampel

$n-k-1$  = *Degree of Freedom*

Nilai  $F_{hitung}$  dari hasil pertimbangan menggunakan rumus di atas kemudian diperbandingkan dengan  $F_{tabel}$  atau f yang diperoleh dengan menggunakan tingkat risiko 5% dan *degree of freedom* ( $df = n - k - 1$ ). Uji F hasil perhitungan diperbandingkan dengan  $F_{tabel}$  dengan kriteria :

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  atau P Value (sig)  $< \alpha$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (berpengaruh).

- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  atau P Value (sig)  $> \alpha$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak berpengaruh).

Asumsi jika terjadi penolakan  $H_0$  maka dapat diartikan sebagai adanya pengaruh signifikan dari variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

### 7. Koefisien Determinasi

Selain koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya adalah menghitung koefisien determinasi, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. adapun rumus koefisien determinasi adalah:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Koefisien determinasi atau seberapa jauh perubahan variabel terikat. Korelasi berganda (korelasi variabel x dan y). Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

- Jika KD mendekati nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap *dependent* lemah.
- Jika KD mendekati (1), berarti pengaruh variabel *independent* terhadap *dependent* kuat.

### 3.7 Pembakuan Instrumen Penelitian

Pembakuan Instrumen Penelitian Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini yaitu berupa angket. Sebelum melakukan penelitian, instrument yang akan digunakan uji konstruk terlebih dahulu, yaitu uji validitas oleh kuisioner dengan cara dimintai pendapatnya tentang intrumen yang telah disusun oleh peneliti. Setelah instrument diuji validasi oleh peneliti, maka diteruskan dengan uji coba instrument. Uji coba instrumen penelitian dilakukan pada 01 Mei 2020 dengan jumlah responden sebanyak 100 responden.

Tiara Ratnakandi Dewi, 2020

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI JAJANAN TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

Maka dari itu, peneliti mengambil sampel dari remaja yang berada pada kota Bandung. Instrumen yang diujicobakan berjumlah 11 butir pernyataan untuk variabel X, 3 butir pernyataan dan untuk variabel Y. Jenis angket yang digunakan yaitu angket tertutup dengan 8 alternatif jawaban dengan skor 5, 4, 3, 2, 1, untuk butir pernyataan yang positif. Hasil uji coba instrumen dianalisis untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya (keajegan). Analisis uji coba instrumen pada penelitian ini menggunakan microsoft excel. Hasil perhitungan validitas dan reliabilitas dibahas pada uraian di bawah ini.

### 3.7.1 Uji Validitas Data

Perhitungan uji validitas instrumen angket dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment*. Data yang dianalisis diperoleh dari hasil uji instrumen angket keterampilan membuka dan menutup pembelajaran yang terdiri dari 14 butir pernyataan, Setelah data diperoleh, dilakukan pengujian validitas yang dihitung secara manual dengan bantuan Microsoft Excel.

Ketentuan validasi instrumen diukur berdasarkan kriteria validitas menurut Riduwan (2012: 98) yang menyatakan jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka instrumen dinyatakan valid, tetapi jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen dinyatakan tidak valid. Diketahui bahwa  $r_{tabel}$  menggunakan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  dengan  $n = 30$ , maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Untuk mempermudah menguji validitas tiap - tiap butir soal pada instrumen angket, peneliti menggunakan bantuan SPSS *software*.

**Tabel 3.4**

#### Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No	Pertanyaan	R h i t u n	)	R t a b e l	Ketera ngan
----	------------	----------------------------	---	----------------------------	----------------

Tiara Ratnakandi Dewi, 2020

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI JAJANAN TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

		n			
<b>Harga</b>					
1	Harga terjangkau	0 . 8 5 3	>	0 . 3 6 1	Valid
2	Harganya dengan kualitas produk sesuai dengan bentuk yang ditawarkan	0 . 9 2 9	>	0 . 3 6 1	Valid
No	Pertanyaan	R h i t u n g	>	R t a b e l	Keterangan
<b>Produk</b>					
3	Apa Kemasan Ali Agrem Menarik	0 . 8 6 2	>	0 . 3 6 1	Valid
4	Apa kualitas Ali Agrem yang disajikan sesuai dengan gambar	0 . 2 0 5	>	0 . 3 6 1	Valid
5	Apa penyajian kemasan Ali Agrem yang disajikan menarik	0 . 8 0 1	>	0 . 3 6 1	Valid
6	Apa Rasa Dari Ali Agrem Menarik	0 . 5 3 8	>	0 . 3 6 1	Valid

7	Apa Penampilan dari Ali Agrem Menarik	0 . 7 8 9	>	0 . 3 6 1	Valid
---	---------------------------------------	-----------------------	---	-----------------------	-------

No	Pertanyaan	R <sub>hitung</sub>	X	R <sub>tabel</sub>
Promosi				
8.	Desain keunikan produk sangat menarik	0.852	>	0.361
9.	Desain keunikan kemasan dalam produk	0.910	>	0.361
10.	Desain kelengkapan informasi dalam kemasan produk	0.895	>	0.361
11.	Desain informasi dalam kemasan menarik	0.933	>	0.361
No	Pertanyaan	R <sub>hitung</sub>	X	R <sub>tabel</sub>
Keputusan Pembelian				
12.	Memutuskan membeli karena produknya menarik	0.734	>	0.361
13.	Memutuskan untuk membeli ketika ada teman membeli	0.813	>	0.361
14.	Memutuskan untuk membeli karena mudah didapatkan	0.841	>	0.361

Hasil perhitungan Uji Validitas sebagaimana tabel – tabel diatas, menunjukkan bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada nilai signifikan 5%. Seluruh angket penelitian bernilai lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa semua item pada angket ini dinyatakan valid, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

### 3.7.2 Uji Realibilitas Data

Uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* (Arikunto, 2002:171). Jika diperoleh hasil korelasi yang lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% (0.361) berarti butir tersebut reliabel. Tetapi jika hasil korelasi lebih kecil daripada  $r_{tabel}$ , maka pertanyaan tersebut tidak reliabel

**Tabel 3.5**

### Hasil Uji Realibilitas

Variabel	$r_{xy}$	$r_{tabel 5\%}$	Keterangan
X <sub>1</sub>	0.730	0.361	Realiabel
X <sub>2</sub>	0.800	0.361	Realiabel
X <sub>3</sub>	0.909	0.361	Realiabel
Y	0.712	0.361	Realiabel

Berdasarkan hasil angket tersebut maka dapat disimpulkan hasil pada angket adalah realiable atau koefisien, sehingga instrumen pada angket peneliti dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.