

## BAB III

### OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan antara variabel bebas (X) yaitu perbedaan individu terdiri dari sumber daya konsumen, keterlibatan, motivasi, pengetahuan, sikap, kepribadian, nilai dan gaya hidup. Sedangkan untuk variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian yang memiliki dimensi pilihan merek, pilihan produk, jumlah pembelian, saluran pembelian.

Objek dalam penelitian ini adalah konsumen jajanan khas Batagor Riri, tempat pengambilan data objek penelitian adalah konsumen Batagor Riri di jalan Burangrang Bandung. Penelitian ini dilakukan pada waktu kurang dari satu tahun yaitu mulai dari bulan desember tahun 2006 sampai dengan bulan oktober tahun 2007, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang (Husein Umar, 2001:45).

#### 3.2 Metode Penelitian

##### 3.2.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran dari variabel penelitian, melalui ini data-data dikumpulkan dari sumber data primer dan sekunder.

Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel responden untuk memperoleh fakta yang relevan dan *up to date*. Pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan langsung dilapangan. Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai hubungan perbedaan individu konsumen jajanan khas Batagor Riri dengan keputusan pembelian.

Adapun verifikatif adalah suatu penelitian yang pada dasarnya menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan. Dalam penelitian ini diuji mengenai hubungan perbedaan individu dan keputusan pembelian. Berdasarkan jenis penelitian diatas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan maka metode penelitian yang digunakan adalah *survei explanatory*.

Menurut kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2002:7),

Metode survei yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Dalam penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dan sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### 3.2.2 Metode yang Digunakan

Berdasarkan jenis penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan maka metode yang digunakan dalam

penelitian ini adalah *deskriptif survey* dan *explanatory survey* yang merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan antar variabel, *explanatory survey* dimaksudkan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa.

### 3.2.3 Operasionalisasi Variabel

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No.Item
<b>Perbedaan Individu (X)</b>  Perbedaan konsumen yang menggambarkan pengaruh yang membentuk perilaku				
<b>Sumber Daya Konsumen</b>  Sumber daya utama yang dipergunakan dalam proses pertukaran	1. Sumber daya ekonomi, kemampuan konsumen untuk bertransaksi	Tingkat pendapatan pelanggan	Ordinal	C.1.1
	2. Sumber daya temporal, yaitu waktu	Frekuensi pembelian produk	Ordinal	C.1.2
	3. Sumber daya kognitif, kapasitas mental yang	Tingkat perhatian pelanggan kepada produk	Ordinal	C.1.3

	tersedia untuk menjalankan segi pengolahan informasi			
<b>Motivasi</b> Keadaan yang diaktifasi atau digerakan dimana seseorang mengarahkan perilaku berdasarkan tujuan	1. Kebutuhan fisiologis	Tingkat pemenuhan kebutuhan konsumen dengan membeli produk	Ordinal	C.2.1
	2. Afiliasi dan rasa memiliki penerimaan orang lain.	Tingkat afiliasi dalam mengkonsumsi produk	Ordinal	C.2.2
	3. Prestise, keinginan untuk berhasil dalam pencapaian tujuan.	Tingkat pencapaian prestise dalam mengkonsumsi produk	Ordinal	C.2.3
<b>Keterlibatan</b> Tingkat kepentingan pribadi yang dirasakan dan atau minat yang dibangkitkan oleh stimulus dalam situasi yang spesifik	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faktor pribadi, konsep diri, kebutuhan, nilai</li> </ul>	Tingkat pertimbangan faktor pribadi	Ordinal	C.3.1
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faktor situasi, kondisi konsumsi</li> </ul>	Tingkat pertimbangan faktor situasi	Ordinal	C.3.2
<b>Pengetahuan</b> Sejumlah pengalaman dengan dan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengetahuan akan produk</li> </ul>	Tingkat pengetahuan konsumen akan produk.	Ordinal	C.4.1

informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki oleh seseorang				
<p><b>Sikap</b></p> <p>Evaluasi atas produk secara menyeluruh, intensitas dukungan dan kepercayaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sikap konsumen terhadap produk</li> </ul>	Tingkat penilaian sikap konsumen terhadap produk	Ordinal	C.5.1
<p><b>Kepribadian</b></p> <p>Respon konsistensi dari individu terhadap stimulus lingkungan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Karakteristik psikologis terhadap produk</li> </ul>	Tingkat kepribadian terhadap merek yaitu memenuhi kebutuhan.	Ordinal	C.6.1
<p><b>Gaya hidup</b></p> <p>Pola yang digunakan individu untuk hidup menghabiskan waktu serta uang</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>gaya hidup melalui, <i>activities</i></li> <li>gaya hidup melalui, <i>interest</i></li> </ul>	Tingkat kesesuaian kegiatan yang dilakukan melalui membeli.	Ordinal	C.7.1
		Tingkat kesesuaian minat membeli	Ordinal	C.7.2
<p><b>Keputusan Pembelian (Y)</b></p> <p>Tahapan dalam konsep pengambilan keputusan pembeli benar benar membeli</p>				
<p><b>Pilihan merek</b></p> <p>Proses pemilihan merek pembelian</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketertarikan produk</li> </ul>	Tingkat ketertarikan terhadap merek	Ordinal	D.1.1

antara berbagai merek yang tersedia				
<b>Pilihan produk</b> Proses pemilihan produk pembeli diantara berbagai produk yang tersedia	• Keunggulan produk	Tingkat keunggulan produk	Ordinal	D.2.1
<b>Pilihan penyalur</b> Proses pemilihan tempat akan membeli produk	• Kemudahan	Tingkat kemudahan dalam mendapatkan produk	Ordinal	D.3
<b>Jumlah pembelian</b> Kuantitas pembelian konsumen	• Keputusan pembelian produk	Tingkat keputusan pembelian produk	Ordinal	D.4

### 3.2.4 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2005:129) pengumpulan data dilakukan berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain atau lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Sedang data primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung yang dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menggunakan alat pengumpulan data tertentu yang dibuat secara khusus untuk itu.

Sumber data primer yang didapatkan yang terlibat langsung dengan objek penelitian. Dalam hal ini adalah konsumen Batagor Riri di Kota Bandung dan sumber data sekunder yang di dapat yang tidak langsung berhubungan dengan objek penelitian, tetapi sifatnya membantu dan memberikan informasi bagi penelitian. Data sekunder yang mendukung penelitian ini didapatkan dari jurnal-jurnal, informasi internet, serta *text book* yang berada di perpustakaan dan milik pribadi peneliti.

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Data	Jenis data	Sumber data
1.	Laju pertumbuhan PDB menurut lapangan usaha	Sekunder	Badan Pusat Statistik Pusat
2.	Kunjungan wisatawan ke Kota Bandung	Sekunder	Dinas Pariwisata Kota Bandung
3.	Potensi Kuantitatif Ke[ariwisata Kota Bandung	Sekunder	Dinas Pariwisata Kota Bandung
4.	Potensi umum pariwisata Kota Bandung	Sekunder	Dinas Pariwisata Kota Bandung
5.	Jajanan khas Kota Bandung	Sekunder	Dinas Pariwisata Kota Bandung
6.	Jajanan khas yang dikenal pengunjung Kota Bandung	Primer	Konsumen
7.	Jajanan khas Batagor Kota Bandung	Sekunder	Rumah makan Batagor
8.	Kategor Potensi Makanan Khas Yang Di <i>Franchise</i>	Sekunder	SWA No.9/XX111/April 2007
9.	Persentase pencapaian target pendapatan rumah makan Batagor Riri	Sekunder	Rumah makan Batagor Riri
10.	Laporan penjualan Batagor Riri	Primer	Rumah makan Batagor Riri
11.	Tanggapan mengenai karakteristik individu	primer	Konsumen
12.	Tanggapan mengenai keputusan pembelian	primer	Konsumen

### 3.2.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.5.1 Populasi

Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang atau peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti. Menurut Sugiyono (2005:72) : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Pada langkah awal seorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*), yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian, kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Pada hari biasa (*daily*) Batagor Riri menjual rata-rata 100 *slice* dalam satu hari dimana rata-rata mendatangkan 25-30 konsumen dan pada (*weekend*) rata-rata sampai 200 *slice* dimana dapat mendatangkan konsumen lebih dari 50 orang, sehingga pada satu minggunya konsumen yang datang dan membelinya rata-rata 225 orang dan dalam satu bulan rata-ratanya adalah 900 konsumen (sumber Rumah makan Batagor Riri). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Batagor Riri.



### 3.2.5.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu, peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian saja dari objek populasi disebut sampel (Sugiyono, 2005:73).

Sampel merupakan suatu bagian (*subset*) dari populasi. Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. (Asep Hermawan, 2003).

Berdasarkan hal tersebut sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari seluruh konsumen Batagor Riri di jalan Burangrang di kota Bandung dari bulan Agustus 2007 sampai dengan bulan November 2007. Teknik yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti salah satunya adalah dengan cara menggunakan cara Slovin, yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan persentase kelonggaran ketidaktelitian, karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, maka taraf kesalahan yang ditetapkan adalah sebesar 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (\text{Husein Umar, 2002:141})$$

dimana:    n    = ukuran sampel  
               N    = ukuran populasi  
               e    = taraf kesalahan

Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”.

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu

Diketahui:

$$N = 900 ; e = 10\% = 0,1$$

$$\text{Maka: } n = \frac{900}{1 + 900 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{900}{1 + 900 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{900}{9,01}$$

$$n = 99,88 \approx 100 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan taraf kesalahan 10% diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 100 orang responden. Kemudian agar sampel yang digunakan representatif, maka sampel yang digunakan di dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden.

### 3.2.5.3 Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* dimana cara pengambilan sampel dari populasi sedemikian rupa sehingga setiap satuan *sampling* dalam populasi mempunyai peluang yang sama besar untuk terpilih dan peluang itu diketahui sebelum pemilihan dilakukan.

Dikatakan *simple* sederhana, karena cara pengambilan *sample* dari semua anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada

dalam populasi tersebut. Adapun langkah-langkah yang dilakukan secara sistematis adalah

- a. Tentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai populasi sasaran adalah seluruh pelanggan yang telah melakukan pembelian di Batagor Riri Jl.Burangrang
- b. Tentukan tempat tertentu sebagai *check point*, dalam penelitian ini menjadi tempat *check point* adalah tempat rumah makan Batagor Riri di Jl, Burangrang.
- c. Tentukan waktu yang digunakan untuk menentukan *sampling* waktu yang digunakan peneliti adalah sabtu dan minggu '*weekend*' antara pukul 10.00 s.d 20.00 WIB. Setiap *weekend* yang merupakan rentang waktu kepadatan pengunjung khususnya yang datang ke tempat rumah makan Batagor Riri di Jl.Burangrang.
- d. Melaksanakan orientasi secara cermat, terutama pada *check point*, orientasi ini dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama atau dasar kepadatan pengunjung, berdasarkan pra penelitian maka rata-rata pembeli Batagor Riri di Jl.Burangrang adalah 30.
- e. Data ini selanjutnya digunakan untuk menentukan interval pemilihan pertama dengan menggunakan rumus  $i = N/n$  jadi  $2700/900 = 3$ , setelah diketahui interval maka penyebaran dilakukan secara acak, pada hari yang telah ditentukan untuk *check point* maka konsumen ke 1 ( karena *Random* dilakukan dari konsumen ke 1) untuk selanjutnya adalah konsumen yang

memiliki no urut ganjil ditanya dan diberi kuesioner untuk diisi hingga ukuran sampel terpenuhi.

- f. Menghitung besarnya proporsi pada sampel yang terpilih dapat diketahui pada bulan pertama dengan jumlah sampel adalah 30, bulan ke 2 berjumlah 35 orang, dan bulan ketiga berjumlah 35.

### 3.2.6 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah :

- a. Kuesioner/angket yaitu teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran seperangkat kuesioner (daftar pertanyaan) yang dibuat secara tertulis dan disusun sedemikian rupa sehubungan dengan masalah yang sedang diteliti kepada pembeli darimana pelanggan memperoleh informasi tentang jajanan batagor di Bandung ini, dan apakah mereka akan membeli kembali batagor pada saat ke Bandung
- b. Studi Literatur yaitu pengumpulan data skunder dengan cara mempelajari buku, majalah ilmiah atau journal, *home page/web site* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti
- c. Wawancara  
Yaitu dilakukan melalui pertemuan secara langsung dengan responden dengan cara bertanya secara langsung mengenai hal-hal yang berkaitan dengan masalah penelitian seperti dariman mereka mengetahui jajanan khas Bandung ini.

### 3.2.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.2.7.1 Pengujian Validitas

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Menurut Suharsimi Arikunto (2002:145) Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas (Husein Umar, 2002:110) :

1. Mendefinisikan secara operasional suatu yang konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.

3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya seperti berikut

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

dimana : r = Indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan (Suharsimi Arikunto, 2002 :146)

Pengujian keberartian koefisien korelasi dilakukan dengan taraf signifikansi

5 %. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; dk = n-2$$

Keputusan uji validitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* komputer SPSS 12.0 menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor R hitung lebih besar bila dibandingkan dengan R tabel yang bernilai 0,374 (lihat lampiran)

### 3.2.7.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan

menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabel menurut Suharsimi arikunto (2002:154) artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Husein Umar, 2002:113).

Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5.

Rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right]$$

(Husein Umar, 2002:125 dan Suharsimi Arikunto, 2002:171)

dimana :  $r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyak butir pertanyaan

$\sigma_i^2$  = varians total

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ( $\sum \sigma^2$ ) sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

(Husein Umar, 2002:127)

dimana :  $n$  = jumlah sampel ;  $\sigma$  = nilai varians

$x$  = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi *SPSS 12 for window*. Adapun langkah-langkah menggunakannya adalah sebagai berikut :

- 1) Memasukan data variabel X dan Variabel Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data *view*
- 2) Klik *variable view*, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X,Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloumn*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala ordinal)
- 3) Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada *toolbar* pilih *reliability analyze*
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik *alpha*, OK
- 5) Dihasilkan output, apakah data tersebut *valid* serta *reliable* atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS 12.0 *for window*. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen diketahui



bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai  $r$  hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel yang bernilai 0,374 (lihat lampiran). Variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah perbedaan individu dengan nilai  $r$  hitung sebesar 0,879, sedangkan variabel yang memiliki nilai terendah adalah keputusan pembelian dengan nilai sebesar 0,742.

### 3.2.8 Teknik Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang ada dalam penelitian, yaitu angket untuk mengungkapkan data mengenai hubungan karakteristik individu dengan keputusan pembelian Batagor Riri di Kota Bandung.

Dalam mengolah hasil angket untuk mengkategorikan hasil perhitungan angket, maka digunakan teknik prosentase berdasarkan batas-batas tertentu. Berikut ini merupakan kriteria penafsiran hasil perhitungan responden

**TABEL 3.3**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

No.	Kriteria	Keterangan
1	0 %	Tidak seorang pun
2	1% - 25%	Sebagian kecil
3	26% - 49%	Hampir setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian besar
6	76% - 99%	Hampir seluruhnya
7	100%	seluruhnya

Moh Ali (1985;84)

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal untuk variabel X dan Y. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan kegiatan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu :

1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian

2. Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Memberi skor pada setiap item
  - b. Menjumlahkan skor pada setiap item
  - c. Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian
3. Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan perbedaan individu terdiri dari sumber daya konsumen, keterlibatan, motivasi, pengetahuan, sikap, kepribadian, nilai dan gaya hidup sebagai variabel bebas (X), dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y).

Untuk setiap pernyataan dari angket terdiri dari 5 kategori pernyataan-pernyataan tersebut berdasarkan 5 point skala likert ( 1= sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju )sebagai berikut :

TABEL 3.4	
SKOR TIAP ITEM PERTANYAAN	
Pertanyaan	Bobot
Sangat Setuju/Sangat Tinggi/Sangat puas/Sangat tinggi/Sangat Sesuai/Sangat Menarik/Sangat Sering/	5
Setuju/Tinggi/puas/tinggi/Sesuai/Menarik/Sering	4
Ragu-ragu/Sedang/Cukup puas/Kurang Sesuai/Kurang Menarik/Kadang-kadang/Netral	3
Tidak Setuju/Rendah/Tidak sesuai/Tidak puas/Tidak Menarik/Jarang	2
Sangat Tidak Setuju/Sangat Rendah/Sangat Tidak sesuai/Sangat Tidak puas/Sangat Tidak tinggi/Sangat Tidak Menarik/Tidak Pernah	1

Sumber : Sugiyono,2005:87

Untuk menguji hipotesis maka dalam penelitian ini digunakan analisis Korelasi Rank Spearman. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini menggunakan data ordinal hasil pengisian kuesioner untuk menganalisis hubungan dari perbedaan individu terdiri dari sumber daya konsumen, keterlibatan, motivasi, pengetahuan, sikap, kepribadian, nilai dan gaya hidup sebagai variabel bebas (X), dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y).

#### a. Korelasi Rank Spearman

Korelasi rank spearman ( $r_s$ ) digunakan untuk mencari hubungan atau untuk menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal, dan sumber data antar variabel tidak harus sama.

Korelasi ini mengasumsikan bahwa data terdiri dari pasangan-pasangan hasil pengamatan numerik atau non numerik. Setiap data  $X_1$  maupun  $Y_1$

ditetapkan peringkatnya relatif terhadap X dan Y yang lain, dari yang terkecil sampai terbesar. Peringkat terkecil diberi nilai 1. Jika di antara nilai-nilai X atau Y terdapat angka yang sama, masing-masing nilai sama diberi peringkat rata-rata dari posisi yang seharusnya, dan terakhir jika data terdiri atas hasil pengamatan no-numerik bukan angka, data tersebut harus dapat di peringkat seperti yang telah dijelaskan di atas.

Langkah-langkah analisis korelasi rank spearman adalah sebagai berikut

#### 1. Menentukan hipotesis

Langkah pertama dalam prosedur pembuatan keputusan adalah menyatakan hipotesis nol ( $H_0$ ) yaitu hipotesis yang menyatakan tidak adanya saling hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, kemudian berikutnya menyatakan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) yang merupakan hipotesis yang menyatakan adanya saling hubungan antara dua variabel atau lebih dari variabel yang diteliti.

Adapun hipotesis yang dinyatakan oleh penulis diantaranya :

$H_0 : \rho = 0$  (tidak ada hubungan antara variabel perbedaan individu dengan variabel keputusan pembelian)

$H_1 : \rho \neq 0$  (ada hubungan antara variabel perbedaan individu dengan keputusan pembelian)

#### 2. Statistik hitung

Hitung data hasil pengamatan ke dalam rumus korelasi rank spearman berikut ini :

- Jika data yang dianalisis tidak memiliki rank kembar atau rank kembar hanya sedikit yang sama (dibawah 20 %) maka digunakan rumus I, yaitu :

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d_i^2}{N^3 - N} \quad (\text{Siegel, 1997:253}) \dots\dots\dots (1.1)$$

- Jika data yang dianalisis memiliki rank kembar yang cukup banyak, maka rumus yang digunakan rumus II, yaitu :

$$r_s = \frac{\sum X^2 + \sum Y^2 - \sum d_i^2}{2\sqrt{\sum X^2 \sum Y^2}} \quad (\text{Siegel, 1997:256}) \dots\dots\dots (1.2)$$

dimana :  $r_s$  = Koefisien korelasi rank spearman

$\sum X^2$  = Jumlah rangking yang sama pada variabel X

$\sum Y^2$  = Jumlah rangking yang sama pada variabel Y

$\sum d_i^2$  = Jumlah hasil pengurangan antara rangking pada variabel X dan variabel Y melalui pengkuadratan

Rumus yang digunakan untuk mencari  $\sum X^2$  dan  $\sum Y^2$  adalah :

$$\sum X^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum TX \quad (\text{Siegel, 1997:257}) \dots\dots\dots (1.3)$$

$$\sum Y^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum TY \quad (\text{Siegel, 1997:257}) \dots\dots\dots (1.4)$$

Rumus untuk mencari TX dan TY adalah sebagai berikut :

$$\sum TX = \sum \frac{t^3 - t}{12} \quad (\text{Siegel, 1997 :256}) \dots\dots\dots (1.5)$$

$$\sum TY = \sum \frac{t^3 - t}{12} \quad (\text{Siegel, 1997 :256}) \dots\dots\dots (1.6)$$

Langkah-langkah pengujian korelasi rank spearman adalah sebagai berikut

1. Memberikan rangking pada variabel X dan Y mulai dari 1 sampai dengan N.
  2. Menentukan harga disetiap subjek dengan mengurangkan rangking X terhadap Y. Selanjutnya mengkuadratkan harga pada masing-masing subjek untuk mendapatkan nilai  $d_i^2$ .
  3. Menjumlahkan harga-harga  $d_i^2$  untuk mendapatkan harga  $\sum d_i^2$ .
  4. Mensubtitusikan harga-harga yang telah diperoleh ke dalam rumus korelasi rank spearman.
3. Interpretasi koefisien korelasi

**TABEL 3.5**  
**KLASIFIKASI KOEFISIEN KORELASI**

INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT HUBUNGAN
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

Sumber : Sugiyono (2005:214)

4. Statistik uji yang digunakan

Penulis menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95 % sehingga tingkat kesalahan yang dimungkinkan adalah sebesar 5% dengan simbol  $\alpha$ . Dikarenakan subjek yang merupakan sampel besar, dimana N lebih besar dari 30, maka untuk melihat signifikansinya dilakukan dengan rumus student t dengan rumus sebagai berikut :

$$t = r_s \sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}} ; (\text{Siegel, 1997:263})$$

dimana :

t : statistik t derajat bebas n-2

N : banyaknya pengamatan

## 5. Kesimpulan Statistik

Selanjutnya membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, Jika :

nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

nilai  $t_{hitung} \leq \text{nilai } t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Adapun untuk membantu pengolahan data dan pengujian hipotesis dengan menggunakan rank spearman melalui bantuan *software* statistik *SPSS 12 For Window*

## 6. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tak bebas, dengan asumsi  $0 \leq r^2 \leq 1$

$$Kd = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots(\text{Riduwan, 2006:136})$$

Keterangan

Kd = nilai koefisien determinan

r = nilai koefisien korelasi

