

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai Pengaruh Situasi Pembelian sebagai variabel bebas (*independent variable*) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Buku SMM Daarut Tauhiid sebagai variabel terikat (*dependen variable*). Situasi Pembelian (X) yang meliputi lingkungan fisik, Lingkungan Sosial, Waktu Pembelian, Tujuan Pembelian dan Suasana Hati / Psikologis. Keputusan Pembelian (Y) meliputi Pemilihan Produk, Pemilihan Merek, Pemilihan Saluran Pembelian, Waktu Pembelian dan Jumlah Pembelian.

Adapun yang menjadi responden / objek penelitian ini adalah konsumen Toko Buku SMM Daarut Tauhiid Kota Bandung. Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka akan diteliti mengenai Pengaruh Situasi Pembelian terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Buku SMM Daarut Tauhiid Kota Bandung.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan suatu cara untuk memperoleh pemecahan terhadap berbagai permasalahan penelitian. Metode diperlukan agar tujuan penelitian dapat tercapai sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Definisi metode penelitian menurut (Sugiyono, 2007:1), yaitu:

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu

dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis.

### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif. Pengertian penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif menurut Suharsimi Arikunto (2006:8).

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskriptif tentang ciri-ciri variabel. Sedangkan sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan.

Dengan demikian penelitian deskriptif di sini bertujuan untuk mengetahui gambaran dari variabel penelitian mengenai pelaksanaan situasi pembelian oleh toko buku SMM DT serta gambaran keputusan pembelian konsumen pada toko buku SMM DT.

Sedangkan penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh situasi pembelian terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko buku SMM Daarut Tauhiid kota Bandung.

Oleh karena jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *eksplanatory survey* yaitu metode survei untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Menurut David Kline (dalam Sugiyono, 2007:7),

Metode survei pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam. Walaupun metode survei ini tidak memerlukan kelompok kontrol seperti halnya pada metode

eksperimen, namun generalisasi yang dilakukan bisa lebih akurat bila digunakan sampel yang representatif.

Sedangkan menurut Ker Linger yang dikutip oleh Sugiyono (2007:7)

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

Metode survey adalah kuesioner terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik (Naresh K. Malhotra, 2004:196).

Penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Berdasarkan kurun waktu penelitian yang dilaksanakan satu kali dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *Cross Sectional Method*. *Cross sectional method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). (Husein Umar, 2002:45).

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel adalah karakteristik yang dapat diamati dari sesuatu objek, dan mampu memberikan bermacam-macam nilai atau kategori (Suwarno, 2005:1-2).

Asep Hermawan (2006:118) mendefinisikan bahwa operasionalisasi variabel adalah bagaimana caranya kita mengukur suatu variabel. Dalam suatu penelitian agar bisa dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel.

Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Selanjutnya akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Situasi Pembelian (X) yang terdiri dari lingkungan fisik, lingkungan sosial, pengaruh waktu, tujuan/alasan konsumen, dan suasana hati/keadaan psikologis disebut variabel bebas karena variabel-variabel tersebut menerangkan variabel lainnya, yaitu variabel keputusan pembelian konsumen (Y)
2. Variabel keputusan pembelian disebut sebagai variabel terikat (Y) yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, penentuan waktu pembelian dan jumlah pembelian. Disebut variabel terikat karena keputusan pembelian dipengaruhi oleh situasi pembelian (X) Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut :

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

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<b>Situasi Pembelian (X)</b>	Situasi pembelian adalah lingkungan atau suasana yang dialami atau dihadapi konsumen ketika membeli produk dan jasa. (Ujang Sumarwan, 2004:277).	Lingkungan Fisik, yang terdiri dari kemudahan lokasi toko, kemudahan parkir, kenyamanan suasana, kemenarikan tata letak produk, kelancaran lalu-lalang pengunjung, kesesuaian tata suara musik, dan kelancaran tata udara dalam toko.	▪ Tingkat kemudahan mencapai lokasi toko	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	1
			▪ Tingkat kemudahan parkir kendaraan	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	2
			▪ Tingkat kenyamanan suasana dalam toko	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	3
			▪ Tingkat kemenarikan tata letak produk dalam toko	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	4
			▪ Tingkat kelancaran lalu-lalang pengunjung dalam toko	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	5
			▪ Tingkat kesesuaian tata suara musik dalam toko	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	6
			▪ Tingkat kelancaran tata udara dalam toko	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	7
		Lingkungan Sosial, yang terdiri dari pengaruh orang lain, dan keramahan pramuniaga toko.	▪ Tingkat pengaruh orang lain (teman/rekan kerja)	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	8
			▪ Tingkat keramahan pramuniaga toko	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	9
		Waktu, yang terdiri dari waktu pembelian sesuai dengan kebutuhan, dan waktu pembelian dipengaruhi oleh potongan harga.	▪ Tingkat waktu pembelian buku sesuai dengan kebutuhan	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	10
			▪ Tingkat waktu pembelian buku dipengaruhi oleh potongan harga	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	11
		Tujuan Pembelian / <i>Task definition</i> , tentang alasan membeli produk.	▪ Alasan membeli produk	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	12, 13, 14
		Keadaan Psikologis / <i>Antecedent State</i> , tentang kemenarikan produk.	▪ Tingkat kemenarikan konsumen terhadap produk/buku	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	15

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<b>Keputusan Pembelian (Variabel Y)</b>	Keputusan pembelian adalah perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga, yang membeli barang-barang dan jasa untuk konsumsi pribadi (Kotler dan Amstrong, 2006:129).	Pilihan Produk, yang terdiri dari kualitas produk dan manfaat produk.	▪ Tingkat pembelian berdasarkan kualitas produk	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	16
			▪ Tingkat pembelian berdasarkan kegunaan/manfaat produk	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	17
		Pilihan Merek, yang terdiri dari kualitas penerbit buku, dan kepercayaan pada tokoh pengarang buku.	▪ Tingkat pembelian berdasarkan pada kualitas penerbit buku tertentu	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	18
			▪ Tingkat kepercayaan berdasarkan pada tokoh pengarang buku	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	19
		Pilihan Saluran Pembelian, yang terdiri dari kedekatan lokasi toko, pelayanan yang diberikan, kelengkapan produk, harga produk, dan keleluasaan tempat.	▪ Tingkat pembelian karena kedekatan dengan saluran pembelian	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	20
			▪ Tingkat pembelian karena pelayanan yang diberikan	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	21
			▪ Tingkat pembelian karena kelengkapan produk	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	22
			▪ Tingkat pembelian karena harga	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	23
		Pilihan Waktu Pembelian, tentang pembelian saat membutuhkan.	▪ Tingkat pembelian karena keleluasaan tempat	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	24
			▪ Tingkat pembelian pada saat membutuhkan	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	25
Pilihan Jumlah Pembelian, tentang banyaknya jumlah buku yang dibeli sesuai dengan kebutuhan.	▪ Tingkat pembelian banyaknya buku sesuai dengan kebutuhan	<i>Hybrid Ordinally Interval Scale</i>	26		

Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data dan Berbagai Referensi Buku

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data adalah bahan mentah yang jika diolah dengan baik melalui berbagai analisis dapat melahirkan berbagai informasi (Husaini Usman dan R. Purnomo: 2008:15).

Sumber data penelitian ini adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:129) "sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh". Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung yang dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menggunakan alat pengumpul data tertentu yang dibuat khusus untuk itu (Sakaran, 2006:65). Sedangkan data sekunder menurut Husein Umar (2003:84), "Data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain atau data yang sudah tersedia sebelumnya yang diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan jurnal ilmiah". Untuk mengetahui jenis dan sumber data yang digunakan dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut.

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

No	DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
1	Data pertumbuhan ritel di Indonesia	Sekunder	Majalah Pilar Bisnis tahun 2001:22
2	Data omzet industri buku	Sekunder	Koran Tempo, 26 Juli 2007
3	Jumlah pembeli Toko Buku SMM DT	Sekunder	Bagian administrasi Toko Buku SMM
4	Tanggapan konsumen terhadap situasi pembelian pada Toko Buku SMM DT	Primer	Konsumen Toko Buku SMM DT Kota Bandung
5	Tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian di Toko Buku SMM DT	Primer	Konsumen Toko Buku SMM DT Kota Bandung

Sumber : Berdasarkan Hasil Pengolahan Data 2009

### 3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

#### 1) Populasi

Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang atau peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti. Menurut Sugiyono (2007:72) : “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. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan / pembeli Toko Buku SMM Daarut Tauhiid Kota Bandung yang berjumlah 3.200 orang per bulan. Ukuran populasi tersebut diperoleh dari Data Internal administrasi kasir Toko Buku SMM DT tahun 2008 dengan langkah perhitungan sebagai berikut :

- 1) Pada hari biasa (*daily*) senin s/d jumat jumlah pembeli Toko Buku SMM dalam satu hari rata-rata adalah 80 orang.
- 2) Pada akhir pekan (*weekend*) sabtu-minggu rata-rata pembeli yang datang sampai 200 orang.
- 3) Sehingga pada satu minggunya konsumen yang membeli rata-rata 800 orang  $[(80 \text{ orang} \times 5 \text{ hari biasa}) + (200 \text{ orang} \times 2 \text{ hari } \textit{weekend})] = 800$



orang/minggu) dan dalam satu bulan rata-ratanya adalah 3.200 orang ( 800 orang x 4 minggu).

## 2) Sampel

Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang representatif dan mewakili maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:131), yang dimaksud dengan sampel adalah "sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Adapun menurut Sugiyono (2007:73), yang dimaksud dengan sampel adalah "Bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu".

Pada suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia sehingga peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti. Menurut Sugiyono (2007:73), "Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Berdasarkan hal tersebut sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari Jumlah pelanggan / pembeli Toko Buku SMM Daarut Tauhiid Kota Bandung.

Penentuan jumlah sampel digunakan rumus dari Harun Al Rasyid (1994:44) dengan alasan populasi pada penelitian ini adalah bergerak, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$$

Harun Al Rasyid, (1994:44)

Sedangkan  $n_o$  dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n_o = \left\{ \frac{Z \left( 1 - \frac{\alpha}{2} \right) S}{\delta} \right\}^2$$

Harun Al Rasyid, (1994:44)

Keterangan :

N = Populasi

n = Ukuran sampel

$n_o$  = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit

$\delta$  = Bound of error yang bisa ditolelir/dikehendaki adalah 5

S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Demings empirical rule*


Z = Konstanta yang diperoleh dari tabel normal baku (1,96)

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada, yaitu sebagai berikut :

- Distribusi skor berbentuk kurva miring
- Nilai tertinggi skor peresponden :  $(26 \times 5) = 130$
- Nilai terendah = 26
- Rentang = Nilai tertinggi – Nilai skor terendah =  $130 - 26 = 104$
- Simpangan baku (S) untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviator*) diperoleh :

$$S = (0,21) (104) = 21,84$$

Keterangan :

$S = (0,21)$ , berdasarkan pengamatan dari jawaban responden yang berbentuk kurva miring ke kiri , artinya jawaban responden diperkirakan kebanyakan ada di skor 3 dan 4.

f. Dengan derajat kepercayaan

$$= 95\% \text{ dimana } \alpha = 0,05, Z = \left[1 - \frac{\alpha}{2}\right] = 0,975 = 1,96$$

(Lihat tabel Z, yaitu tabel normal baku akan diperoleh nilai 1,96)

g. Adapun perihal jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai  $n_o$  terlebih dahulu sebagai berikut:

Diketahui:

$$N = 3.200 \text{ orang}$$

$$\alpha = 0,05$$

$$\delta = 5$$

$$Z = \left[1 - \frac{\alpha}{2}\right] = 0,975 = 1,96$$

$$S = 21,84$$

$$n_o = \left\{ \frac{1,96 \times 21,84}{5} \right\}^2 = 73,29551524$$

Dengan demikian jumlah sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}} = \frac{73,29551524}{1 + \frac{73,29551524}{3200}}$$

$$n = \frac{73,29551524}{1,022904849} = 71,65 = 72$$

Berdasarkan perhitungan diatas, dengan ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan  $\alpha = 0,05$  dan derajat kepercayaan 95% sebesar 72.

Namun, agar lebih mewakili penelitian ini maka diasumsikan jumlah sampel yang telah dihitung dikurangi 2 menjadi 70 sampel ( $n - 2 = 71 - 2 = 70$  sampel).

### 3) Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2007:73) menyatakan bahwa: “Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel”. Untuk mendapatkan sampel representatif, maka harus diupayakan subjek dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi unsur sampel. Dalam penelitian ini konsumen / populasi yang akan diambil sampel bersifat homogen sehingga digunakan *systematic random sampling* atau pengambilan sampel acak sistematis (Harun Al Rasyid, 1994:66). Menurut Sugiyono (2007:77) mengatakan sampling sistematis adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang diberi nomor urut.

Harun Al Rasyid (1994:66), menyatakan bahwa : “Pada keadaan tertentu, sampling sistematis bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka samplingnya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah populasi yang bergerak (*mobile population*), maka teknik pengambilan sampel disesuaikan dengan langkah kerja menurut Harun Al Rasyid (1994:67) sebagai berikut :

1. Menentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah pembeli Toko Buku SMM Daarut Tauhiid Kota Bandung berukuran 3200 orang.
2. Menentukan tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah Toko Buku SMM Daarut Tauhiid di Jl. Geger kalong girang.

3. Menentukan waktu yang digunakan untuk menentukan sampling. Waktu yang digunakan peneliti adalah sabtu dan minggu '*weekend*' antara pukul 13.00 s.d 19.00 WIB. Setiap *weekend* yang merupakan rentang waktu kepadatan pembeli.
4. Melaksanakan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint*. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama, atau dasar kepadatan pengunjung.
5. Untuk menentukan interval digunakan rumus  $I = \frac{N}{n}$ , yang disajikan dalam Tabel 3.4 berikut ini

**TABEL 3.3**  
**PENENTUAN INTERVAL**

**Toko Buku SMM Daarut Tauhiid  
Kota Bandung**

$$\begin{aligned}
 I &= \frac{N}{n} = \\
 &= 3200/70 \\
 &= 46
 \end{aligned}$$

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

6. Setelah diketahui interval maka penyebaran angket dilakukan Pada hari yang ditentukan pada *checkpoint*, konsumen ke-46 yang pertama diberi kuesioner untuk selanjutnya adalah konsumen yang memiliki nomor urut genap ditanya dan diberi kuesioner untuk diisi hingga ukuran sampel terpenuhi yaitu 70 orang.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah:

1. Studi literatur yaitu pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajari buku, majalah ilmiah atau jurnal, surat kabar guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian yang terdiri dari situasi pembelian, dan keputusan pembelian konsumen.
2. Penelusuran internet, untuk mencari jurnal-jurnal ilmiah dan artikel-artikel yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti.
3. Observasi terstruktur, adalah observasi / pengamatan yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, dan di mana tempatnya, observasi ini dilakukan apabila peneliti telah tahu dengan pasti tentang variabel apa yang akan diamati. Dalam melakukan pengamatan peneliti menggunakan instrumen penelitian yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. (Sugiyono, 2007:140).
4. Wawancara dengan pihak Toko Buku SMM Daarut Tauhiid Bandung, yaitu dengan bapak Deris, A.Md. terkait dengan jumlah pembeli, profil perusahaan, dan program-program yang telah dan sedang dijalankan oleh perusahaan.
5. Kuesioner/angket yaitu teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran daftar pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, situasi pembelian serta keputusan pembelian yang dibuat secara tertulis kepada

responden yang menjadi anggota sampel, yaitu konsumen Toko Buku SMM Daarut Tauhiid kota Bandung. Angket yang telah dibuat disusun dalam bentuk pertanyaan / pernyataan dengan memberikan alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti kemudian disebarakan kepada responden. Tujuannya adalah untuk mempermudah peneliti dalam melakukan analisis data dari seluruh angket sehingga dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya. Alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang disediakan oleh peneliti menggunakan skala *Likert*, yaitu merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2007:86). Skala likert dengan pilihan pernyataan akan digambarkan sebagai berikut :

**TABEL 3.4**  
**PERNYATAAN SKALA LIKERT**

Bobot	Kriteria
5	Sangat setuju
4	Setuju
3	Cukup
2	Tidak setuju
1	Sangat tidak setuju

Sumber : Sugiyono (2007:87)

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data berskala ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel, sehubungan dengan pengolahan data diperlukan data berskala interval maka semua data berskala ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131; Riduwan dan Sunarto, 2009:21). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
- 2) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi ( $\rho$ ) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- 3) Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
- 4) Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
- 5) Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

- 6) Selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel *independen* dengan variabel *dependen* serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Peneliti menggunakan bantuan program *software Succ'97* pada *Microsoft Office Excel* untuk proses pengolahan data MSI tersebut.

Data mempunyai kedudukan yang penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis.



Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar-tidaknya data tergantung dari instrumen pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memiliki dua persyaratan yaitu *validitas* dan *realibilitas*.

### 1) Pengujian Validitas

Komaruddin Sastradipoera (2005:302), mengemukakan validitas merupakan derajat hingga sejauh mana ketepatan dan ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur gejala. Menurut Sugiyono (2007: 267), instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Validitas adalah kemampuan suatu instrumen pengukur untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (David A Aaker, 2004:762).

Menurut Suharsimi Arikunto (2007:168):

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa validitas merupakan kemampuan alat ukur untuk mengukur secara benar (bebas dari bias).

Untuk memperoleh instrumen yang valid menurut Suharsimi Arikunto (2007:169), harus diperhatikan langkah dalam menyusun instrumen yaitu memecah variabel menjadi sub variabel dan indikator yang akan diukur berlandaskan teori tertentu, setelah itu memasukkannya ke dalam butir pertanyaan atau pernyataan. Apabila langkah tersebut dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas yang logis karena validitas ini diperoleh

dengan usaha yang hati-hati melalui cara yang benar sehingga menurut logika akan dicapai tingkat validitas yang dikehendaki. Menurut Sugiyono (2007:119), hal demikian termasuk dalam tipe validitas internal (validitas konstruk).

Untuk menguji validitas dapat menggunakan rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson, yaitu :

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

Suharsimi Arikunto, (2007 :170)

Keterangan :

X = Skor untuk pernyataan / item yang dipilih

Y = Skor total

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

n = Jumlah Sampel

$\sum X^2$  = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$  = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Sugiyono (2007:183) dapat dilihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut :

**TABEL 3.5**  
**INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI**

<i>Range Nilai</i>	<i>Interpretasi</i>
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Tinggi
0,80-1,000	Sangat Tinggi

Sumber: Modifikasi dari Sugiyono (2007: 183)

Keputusan pengujian validitas item instrumen dengan tingkat kesalahan 5% sebagai berikut :

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

Pengujian validitas menggunakan aplikasi *software* SPSS 13 for windows.

Adapun variabel yang diuji yaitu Situasi Pembelian dan Keputusan Pembelian. Jumlah seluruh responden yang menjadi sampel penelitian ini adalah sebanyak 70 orang. Sedangkan jumlah responden yang akan dipergunakan untuk menguji validitas adalah 30 responden, dengan  $dk = n-2 = 30-2=28$  dan tingkat kesalahan 5% maka akan diperoleh  $r_{tabel} = 0,374$ .

Untuk mengetahui tingkat validitas perhatikan angka pada ***Corrected Item-Total Correlation*** pada output SPSS Tabel ***Item-Total Statistic*** yang merupakan korelasi antara skor item dengan skor total item (nilai  $r_{hitung}$ ) dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$ . Kevalidan dari satu instrumen dapat diketahui jika skor  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yang bernilai **0,374** (Riduwan dan Sunarto, 2009:353).

## 2) Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2002:112) “Reliabilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten”. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2006:178) “Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu.”

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan 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* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian. (Suharsimi Arikunto 2006:196). Menghitung koefisien r untuk uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha* sebagai berikut :

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum s_b^2}{s_t^2} \right)$$

(Husein Umar, 2008:170)

Keterangan :

$r_{11}$  = Reliabilitas Instrumen  
 $k$  = Banyak butir pertanyaan  
 $s_t^2$  = Varians total  
 $\sum s_b^2$  = Jumlah varians butir

Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen ( $r_{11}$ ), terlebih dahulu harus mengetahui jumlah varians butir pertanyaan ( $\sum s_b^2$ ) dengan cara mencari nilai varians tiap butir pertanyaan ( $s_b^2$ ) kemudian jumlahkan. Rumus standar deviasi tiap butir pertanyaan sebagai berikut :

$$s_b^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n-1}$$

(Husein Umar, 2008:172)

Keterangan :

$s_b^2$  = varians tiap butir pertanyaan

$n$  = jumlah responden

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

Sedangkan varians total ( $s_{t^2}$ ) diperoleh melalui rumus :

$$s_{t^2} = \frac{\sum Xt^2 - \frac{(\sum Xt)^2}{n}}{n-1}$$

(Husein Umar, 2008:173)

Keterangan :

$s_{t^2}$  = varians total

$\sum Xt^2$  = jumlah kuadrat skor total

$\sum Xt$  = jumlah skor total

$n$  = jumlah responden

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

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

Pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi *software* SPSS 13 *for windows*. Adapun variabel yang diuji yaitu Situasi Pembelian dan Keputusan Pembelian. Jumlah seluruh responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 70 orang. Sedangkan jumlah responden yang akan dipergunakan untuk menguji reliabilitas adalah 30 responden, dengan  $dk = n-2 = 30-2=28$  dan tingkat kesalahan 5% maka akan diperoleh  $r_{tabel} = 0,374$ . Keandalan / reliabelnya dari satu instrumen dapat diketahui jika skor  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai **0,374** (Riduwan dan Sunarto, 2009:353).

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan program aplikasi *SPSS 13 for Windows*. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

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

### 3) Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas ini menggunakan aplikasi *software SPSS 13.0 for windows*. Adapun variabel yang diuji yaitu Situasi Pembelian dan Keputusan Pembelian. Hasil pengujian pada 30 responden, dengan  $dk = n-2 = 30-2=28$  diperoleh  $r_{tabel} = 0,374$ , nilai tingkat validitas yang diperoleh adalah sebagai berikut :

**TABEL 3.6**  
**HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

N O	Variabel X (Situasi Pembelian)	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket
	<b>INDIKATOR</b>			
	<b>Lingkungan Fisik</b>			
1	Kemudahan jangkauan lokasi toko	0,678	0,374	Valid
2	Kemudahan tempat parkir kendaraan	0,418	0,374	Valid
3	Kenyamanan suasana toko	0,577	0,374	Valid
4	Kemenarikan tata letak produk	0,687	0,374	Valid
5	Kelancaran lalu-lalang pengunjung	0,514	0,374	Valid
6	Kesesuaian tata suara musik	0,419	0,374	Valid
7	Kelancaran sirkulasi udara (AC)	0,572	0,374	Valid
	<b>Lingkungan Sosial</b>			
8	Pengaruh pihak lain (teman/rekan kerja) dalam membeli buku	0,480	0,374	Valid
9	Keramahan pramuniaga	0,447	0,374	Valid

<b>N O</b>	<b>Variabel X (Situasi Pembelian)</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Ket</b>
	<b>INDIKATOR</b>			
	<b>Waktu</b>			
10	Waktu pembelian buku sesuai dengan kebutuhan	0,460	0,374	Valid
11	Waktu pembelian buku dipengaruhi oleh <i>discount</i>	0,486	0,374	Valid
	<b>Tujuan/Alasan Membeli</b>			
12	Membeli buku untuk koleksi pribadi	0,440	0,374	Valid
13	Membeli buku untuk hadiah pada teman	0,455	0,374	Valid
14	Membeli buku untuk menambah wawasan	0,498	0,374	Valid
	<b>Keadaan Psikologis</b>			
15	Kemenarikan produk / buku yang tersedia	0,396	0,374	Valid
	<b>Variabel Y (Keputusan Pembelian)</b>			
	<b>Pemilihan Produk</b>			
16	Berdasarkan kualitas produk	0,458	0,374	Valid
17	Berdasarkan manfaat produk	0,617	0,374	Valid
	<b>Pemilihan Merek</b>			
18	Berdasarkan kualitas penerbit buku	0,509	0,374	Valid
19	Berdasarkan kepercayaan pada pengarang buku	0,531	0,374	Valid
	<b>Pemilihan Saluran Pembelian</b>			
20	Kemudahan jangkauan lokasi toko	0,702	0,374	Valid
21	Pelayanan yang ramah	0,523	0,374	Valid
22	Kelengkapan produk/buku yang tersedia	0,475	0,374	Valid
23	Keterjangkauan harga / harga lebih murah	0,435	0,374	Valid
24	Keleluasaan tempat / toko	0,519	0,374	Valid
	<b>Pemilihan Waktu Pembelian</b>			
25	Membeli produk/buku saat membutuhkan	0,600	0,374	Valid
	<b>Pemilihan Jumlah Pembelian</b>			
26	Jumlah pembelian sesuai dengan kebutuhan	0,563	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.6. maka dapat disimpulkan bahwa 10 indikator yang terdiri dari 26 item dapat dikatakan valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

Adapun reliabilitas menunjuk pada suatu 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. Hasil pengujian reliabilitas yang diperoleh, dapat terlihat pada Tabel 3.7 berikut ini:

**TABEL 3.7**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Situasi Pembelian	0,862	0,374	Reliabel
2	Keputusan pembelian	0,852	0,374	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel, maka variabel yang diuji keduanya adalah reliabel.

### 3.2.7 Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul harus dianalisis agar memperoleh makna yang berguna bagi pemecahan masalah yang telah diangkat oleh peneliti. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah dengan menggunakan statistik. Statistik yang digunakan adalah statistik inferensial atau sering disebut dengan statistik induktif atau statistik probabilitas. Statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistik ini cocok digunakan apabila sampel yang diambil dari populasi yang jelas dan teknik pengambilan sampelnya dilakukan secara random. (Sugiyono, 2007:143).

Penelitian ini menggunakan dua jenis pendekatan analisis, yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel. Sedangkan analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.



Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal yang kemudian ditransformasi menjadi data interval dengan menggunakan MSI. Sejalan dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh situasi pembelian terhadap keputusan pembelian pada Toko Buku SMM Daarut Tauhiid Kota Bandung.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Data yang telah terkumpul harus dianalisis agar memperoleh makna yang berguna bagi pemecahan masalah yang telah diangkat oleh peneliti. Kegiatan dalam analisis data meliputi mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data dari variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Kegiatan analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut :

(1) Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden.

(2) Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul.

## (3) Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

## a) Memberi skor pada setiap item

Perhitungannya skor pada setiap item dapat digunakan rumus menurut

Riduwan (2007:14) sebagai berikut:

$$\text{Skor pada Setiap Item} = \text{Jumlah n jawaban responden} \times \text{bobot n jawaban responden}$$

Sebagai contoh untuk perhitungan skor pada setiap item akan dijelaskan pada bab 4, Adapun kriteria interpretasi skor sebagai berikut:

**TABEL 3.8**  
**TABEL INTERPRETASI SKOR**

No	Kriteria	Keterangan
1	0% - 20%	Sangat Lemah/Sangat Rendah
2	21% - 40%	Lemah/Rendah
3	41% - 60%	Cukup
4	61% - 80%	Kuat/Tinggi
5	81% - 100%	Sangat Kuat/Sangat Tinggi

Sumber: Modifikasi Riduwan (2007:15)

## b) Menjumlahkan skor pada setiap item

## c) Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

## (4) Pengujian

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier sederhana karena penelitian ini menganalisis dua variabel yaitu situasi pembelian sebagai variabel bebas (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y). Sedangkan teknik tersebut membutuhkan data sekurang-kurangnya berskala interval. Oleh sebab itu, data berskala ordinal yang diperoleh ditransformasi menjadi skala interval. Setelah ditransformasikan menjadi skala

interval dengan menggunakan *Method Of Successive Interval* kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier sederhana.

### 1) Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

- (1) Analisis deskriptif tanggapan responden konsumen Toko Buku SMM Daarut Tauhiid Bandung mengenai situasi pembelian yang terdiri dari lingkungan fisik, lingkungan sosial, pengaruh waktu, tujuan konsumen dan keadaan psikologis / suasana hati.
- (2) Analisis deskriptif tanggapan responden konsumen Toko Buku SMM Daarut Tauhiid Bandung mengenai tingkat keputusan pembelian yang terdiri pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, pemilihan waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

Dalam mengolah hasil angket untuk mengkategorikan hasil perhitungan angket, maka digunakan kriteria penafsiran dengan teknik prosentase (0 - 100%). Penafsiran pengelolaan data berdasarkan batas-batas menurut Moch. Ali (1985:84) adalah sebagai berikut:

**TABEL 3.9**  
**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

Sumber : Moh. Ali (1985:84)

## 2) Analisis Verifikatif

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Pearson Product Moment* (PPM) dan analisis regresi linier sederhana karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel, yaitu mengenai pengaruh situasi pembelian sebagai variabel *independent* (X) terhadap keputusan pembelian konsumen sebagai variabel *dependent* (Y). Langkahnya sebagai berikut :

### (1) *Method of Successive Interval* (MSI)

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data berskala ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya. Oleh karena itu, semua data berskala ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) dengan langkah-langkah transformasi seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

### (2) Analisis Korelasi

Setelah data yang terkumpul berhasil diubah menjadi data berskala interval, maka langkah selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisis korelasi yang bertujuan mencari hubungan antara kedua variabel diteliti.

Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) Y. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi ( $r$ ).

Nilai koefisien korelasi paling sedikit  $-1$  dan paling besar  $1$  ( $-1 \leq r \leq 1$ ), artinya jika:

$r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati  $1$ , hubungan sangat kuat dan positif)

$r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati  $-1$ , hubungan sangat kuat dan negatif)

$r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan

Penentuan koefisien korelasi ( $r$ ) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Pearson* (*Pearson's product Moment Coefficient of Correlation*), yaitu :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} = \text{(Riduwan dan Sunarto, 2009:80)}$$

Keterangan:

X = Skor untuk pernyataan yang dipilih

Y = Skor total

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

n = Jumlah Sampel

$\sum X^2$  = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$  = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan antara variabel X dan Y, maka dapat digunakan pedoman yang tertera pada Tabel 3.10 di bawah ini :

**TABEL 3.10**  
**PEDOMAN UNTUK MENGLASIFIKASIKAN**  
**PENGUJIAN HUBUNGAN**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2007:183)

### (3) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linier dapat dilakukan jika memenuhi asumsi dan persyaratan analisis, selain datanya harus berskala interval, datanya juga harus berdistribusi normal, berpola linier dan homogen (Riduwan dan Sunarto, 2009:98).

#### a. Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas data dapat dilihat dari hasil kurva *Normal Probability Plot*, suatu data pada variabel dapat dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal (Nugroho, 2005:24). Model regresi layak dipakai apabila nilai residunya mengikuti distribusi normal.

Uji normalitas data juga dapat dibuktikan melalui hasil uji Kolmogorov Smirnov dan Shapiro Wilk dengan pedoman pengambilan keputusan menurut Singgih dan Fandi Tjiptono (2004:134) adalah sebagai berikut :

- Jika nilai sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka distribusi data tidak normal.
- Jika nilai sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka distribusi data normal

#### b. Uji Linieritas Data

Pengujian linieritas data dapat dibuktikan melalui  $F_{\text{test}}$  (Husaini dan R. Purnomo, 2008:113). Berdasarkan tabel ANOVA, dapat diketahui besarnya  $F_{\text{hitung}}$  melalui uji ANOVA atau  $F_{\text{test}}$ , sedangkan besarnya  $F_{\text{tabel}}$  diperoleh dengan melihat

tabel F melalui dk pembilang (dk tuna cocok,  $k - 2$ ) dan dk penyebut (dk kesalahan,  $n - k$ ) dengan taraf kesalahan ( $\alpha$ ) = 0,05.

Keterangan :  $k$  = jumlah kelompok untuk data yang sama

$n$  = jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan pengujian linieritas (Wibowo, 2005:11) :

$H_0$  = Data tidak berpola linier

$H_a$  = Data berpola linier

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya data berpola linier.

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, artinya data tidak berpola linier.

### c. Uji Homogenitas melalui Koefisien Variasi

Koefisien variasi (KV) adalah ukuran keberagaman (homogen atau bervariasi) suatu data (Luhut P. Panggabean, 2001:84). Koefisien variasi diperoleh dari perbandingan antara standar deviasi dengan rata-rata suatu data. Makin kecil simpangan baku atau standar deviasinya maka makin seragam / homogen suatu data, dengan kata lain homogenitas datanya tinggi, begitu pula sebaliknya (Furqon, 2004:65-66). Atau makin kecil koefisien variasi, makin homogen suatu data (Luhut P. Panggabean, 2001:85).

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien variasi menurut Luhut (2001:84) dapat dilihat pada Tabel 3.11 sebagai berikut:

**TABEL 3.11**  
**KATEGORI TAFSIRAN KOEFISIEN VARIASI**

No	Kategori (%)	Interpretasi KV
1.	45 lebih	Sangat Heterogen
2.	40-44	Heterogen
3.	30-39	Normal
4.	25-29	Homogen
5.	Kurang dari 25	Sangat Homogen

Sumber : Luhut (2001:84)

#### d. Regresi Linier Sederhana

Setelah data telah terbukti berdistribusi normal, linier dan homogen, maka analisis regresi linier sederhana dapat dilakukan.

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Sederhana menggunakan data sampel. Teknik analisis data ini dipergunakan untuk mengetahui hubungan kausal (sebab-akibat) dan prediksi / ramalan. Analisis ini digunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel bebas (X) yaitu situasi pembelian terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian. Adapun persamaan Regresi Linier Sederhana yang digunakan adalah:

$$\hat{Y} = a + bX + \varepsilon$$

(Sudjana, 1996:315)

Dimana:

$\hat{Y}$  = Subjek variabel dependent yang diprediksikan (variabel Keputusan Pembelian)

X = Subjek pada variabel independent yang mempunyai nilai tertentu (variabel Situasi Pembelian)

a = angka konstan/harga Y bila X=0

b = Angka arah koefisien regresi

$\varepsilon$  = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi linier adalah sebagai berikut:

- 1) Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu:

$$\sum X_i, \sum Y_i, \sum X_i Y_i, \sum X_i^2, \sum Y_i^2, \text{ dan}$$

- 2) Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan

Sudjana (1996:315) sebagai berikut:



$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad \text{atau} \quad a = \bar{Y} - b \bar{X}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

- 3) Menyusun persamaan regresi linier sederhana setelah menemukan harga koefisien a dan b. Persamaan regresi yang telah ditemukan dapat digunakan untuk melakukan prediksi (ramalan) bagaimana individu dalam variabel tergantung akan terjadi bila individu dalam variabel bebas ditetapkan.
- 4) Mengetahui garis regresi berdasarkan persamaan yang telah ditemukan.
- 5) Untuk mengetahui besarnya kontribusi X terhadap naik turunnya nilai Y dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi.

#### (4) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah tingkat keterpengaruhan kontribusi antara variabel X terhadap nilai variabel Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen hingga harus dikalikan 100%. Jika nilai koefisien penentu makin mendekati 100% berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Semakin mendekati 0 berarti semakin lemah pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, dengan asumsi  $0 \leq r^2 \leq 1$ .

Koefisien determinasi (Kd) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

(Riduwan dan Sunarto, 2009:80)

Keterangan :

KD = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi *product moment*

Adapun pedoman untuk memberikan klasifikasi pengujian pengaruh dari variabel X (situasi pembelian) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) sebagai berikut :

**TABEL 3.12**  
**PEDOMAN UNTUK MENGINTERPRETASIKAN**  
**KOEFISIEN DETERMINASI**

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0 – 19,99%	Sangat Lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, (2005:216)

### 3) Pengujian Hipotesis

Pengertian hipotesis dalam konteks statistik adalah taksiran keadaan populasi melalui data sampel (Sugiyono, 2007:156). Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  yaitu dengan menggunakan rumus distribusi *student* ( $t_{student}$ ).

Rumus dari *distribusi student* adalah:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Riduwan dan Sunarto, 2009:81})$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi *product moment*

t = Distribusi *student* dengan derajat kebebasan  $dk = n - 2$

n = Banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis yang diajukan menurut Riduwan dan Sunarto (2009:306) adalah sebagai berikut:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : \rho \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara situasi pembelian terhadap keputusan pembelian di Toko Buku SMM Daarut Tauhiid Kota Bandung.

$H_a : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara situasi pembelian terhadap keputusan pembelian di Toko Buku SMM Daarut Tauhiid Kota Bandung.

Adapun untuk membantu dalam proses pengolahan data dan pengujian hipotesis, dapat menggunakan bantuan perangkat lunak (*software*) statistik SPSS 13.0, melalui langkah-langkah sebagai berikut :

1. Masukan data variabel X dan variabel Y, harga jumlah-jumlah dari jawaban responden atas no *item* pada variabel *view*
2. Klik *variable view*, isi kolom *variable name* dengan variable-variabel penelitian (misal X,Y dan Z) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama variable penelitian), *coloumn*, *align* (*left*, *center* dan *right*) dan isi juga kolom *measure* (skala, ordinal atau nominal).

3. Kembali ke data view, kemudian klik *analyze* pada *toolbars* pilih *Regression. Pilih Linear*
4. masukkan variabel Situasi Pembelian pada kotak *Independent* dan variabel Keputusan Pembelian pada kotak *Dependent*.
5. Klik tombol *Statistic* sehingga kotak dialog *Linear Regression Statistic* muncul. Secara *default Estimates* dan *model fit* terpilih. Anda dapat melakukan tambahan uji statistika bila diperlukan.
6. Klik tombol *continue*
7. Klik tombol *options* sehingga kotak dialog *Linear Regression Options* muncul. Pilih *Use Probability of F* kemudian masukkan nilai tingkat kepercayaan pada kotak *entry*.
8. Klik tombol *Continue*
9. Klik OK. Output *SPSS Viewer* akan menampilkan hasil.