

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Objek Dan Subjek Penelitian**

Dalam penelitian ini ,penulis menganalisis hubungan pengaruh antara diversifikasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada UKM)makanan ringan khas Bandung yang ada di kawasan jalan Cihampelas Bandung. Adapun yang menjadi subjek penelitian sebagai variabel bebas adalah diversifikasi produk dan lokasi sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian konsumen sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah semua konsumen yang berkunjung ke pedagang- pedagang makanan ringan khas Bandung yang ada di kawasan jalan Cihampelas.

### **3.2 Metode Penelitian**

Dengan melihat tujuan dan kegunaan dalam penelitian ini maka penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Metode penelitian secara deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian yaitu metode yang dirancang untuk mendeskripsikan karakteristik dari sebuah populasi atau fenomena dengan apa adanya. Melalui jenis penelitian deskriptif maka akan diperoleh deskripsi mengenai persepsi dan sikap atau pengaruh diversifikasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada UKM yang ada dikawasan jalan Cihampelas Bandung. Sedangkan jenis penelitian verifikatif adalah pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesisi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan guna memprediksi dan menjelaskan hubungan atau pengaruh dari suatu variabel ke variabel lainya.dalam hal ini penelitian varifikatif dilakukan penulis dengan

tujuan untuk mengetahui pengaruh diversifikasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.

### 1.3 Populasi Dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan unsur-unsur yang memiliki satu atau beberapa ciri dan karakteristik. Jadi, dalam penelitian skripsi ini yang dijadikan populasi dalam penelitian adalah Semua pengunjung yang datang di semua toko-toko makanan ringan yang ada dikawasan jalan Cihampelas .yaitu pada toko Odjolali Snack,Rumah Snack, Putri Snack, Hanaya Snack dan Sari Raos Snack.

#### b. Sampel

Sampel menurut **Sugiyono (2006)** adalah merupakan jumlah dari karakteristik yang dimiliki dari sebuah populasi,teknik pengambilan sampling adalah dengan *non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel, sedangkan penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan melalui *teknik accidental sampling* atau sampling secara kebetulan yaitu siapa saja yang datang berkunjung dapat dijadikan sampel oleh penulis.

Berikut adalah sampel dan populasi yang diperoleh penulis dari hasil penelitian dari 5 toko makanan ringan khs Bandung yang berada di kawasan jalan Cihampelas serta menentukan jumlah sampel pada masing-masing pedagang dan UKM jajanan dan makanan ringan khas Bandung yang dijadikan sampel penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

#### **Populasi Dan Sampel**

No	Nama Toko	Populasi	Sampel
1	Ojolali Snack	142	$\frac{60 \times 230}{541} = 142$
2	Putri Snack	120	$\frac{60 \times 230}{541} = 51$
3	Rumah Snack	100	$\frac{60 \times 230}{541} = 42$
4	Sari Raos	95	$\frac{60 \times 230}{541} = 40$
5	Hanaya Snack	86	$\frac{60 \times 230}{541} = 36$
	JUMLAH	541	230

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

eterangan:

N : Populasi

n : Sampel

e: 0,05 (merupakan tingkat kesalahan)

Berikut adalah contoh perhitungan untuk menentukan jumlah sampel (n total):

$$n = \frac{541}{1 + 541(0,05)^2}$$

$$n = \frac{541}{2,35}$$

$$n = 230$$



### 3.4 Operasional Variabel

Variabel yang ingin diteliti oleh penulis dalam penelitian ini adalah variabel independen Diversifikasi Produk (X1) dan Lokasi (X2) sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian Konsumen (Y).

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
<b>Diversifikasi Produk (X1)</b>	Diversifikasi produk adalah upaya yang dilakukan pengusaha/produsen/ perusahaan untuk mengusahakan atau	<b>Keragaman Produk</b>	Mengubah produk dengan menambah dan mengambil tindakan yang mempengaruhi	

	memasarkan beberapa produk yang sejenis dengan produk yang sudah dipasarkan sebelumnya.	<p><b>Daya Tarik Produk</b></p> <p><b>Mutu Produk</b></p>	<p>aruhiproduk.</p> <p>Mempengaruhi proses pembelian dan dorongan dalam membeli produk yang ditawarkan.</p> <p>Menentukan produk yang akan dibeli seperti kualitas kesehatan, kebersihan produk sehingga adanya kepercayaan yang timbul dari konsumen.</p>	<b>Ordinal</b>
<b>Lokasi (x2)</b>	Penilaian pelanggan terhadap tempat dimana orang atau fasilitas pendukung produk berada untuk memberikan produknya kepada pelanggan/konsumen.	<p><b>Akses</b></p> <p><b>Visibility</b></p> <p><b>Lalu lintas</b></p> <p><b>Ekspansi</b></p> <p><b>Lingkungan</b></p> <p><b>Area Parkir kendaraan</b></p> <p><b>Fasilitas Penunjang</b></p>	<p>Kemudahan untuk mencapai lokasi dengan sarana pribadi maupun umum.</p> <p>Lokasi penjualan dapat dilihat oleh konsumen</p> <p>Faktor peluang besar Menyebabkan terjadinya impulse buying (pembelian berdasarkan dorongan hati)</p> <p>Peluasan usaha dikemudian hari. Sebagai usaha perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk.</p> <p>Dukungan masyarakat sekitar lokasi terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.</p> <p>Keputusan pembelian dipengaruhi yaitu dengan tersedianya area</p>	<b>Ordinal</b>

			<p>parkir yang luas dan aman.</p> <p>Kenyamanan konsumen dalam melakukan pembelian (toilet,tempat ibadah,tempat makan dll).</p>	
<p><b>Keputusan Pembelian Konsumen (Y)</b></p>	<p>Proses dari tahapan pembelian konsumen,yakni pada saat konsumen melakukan pembelian terhadap suatu produk. (Philip Kotler&amp; keller 2007:226)</p>	<p><b>Merek Produk</b></p> <p><b>Awareness</b></p> <p><b>Trial purchase</b></p> <p><b>Repeat purchase</b></p> <p><b>Brand loyalty</b></p>	<p>Asset yang berkaitan dengan suatu merek,nama dan simbolnya yang menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh produk</p> <p>Dorongan/kesadaran melakukan keputusn pembelian</p> <p>Pembelian pertma kali dengan jumlah produk yang sedikit.</p> <p>Pembelian produk secara ulang dengan jumlah lebih banyak.</p> <p>Kesetian Konsumen terhadap produK.</p>	

### 3.5 Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

SUFI YANTI, 2012

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu



Yaitu jenis data yang diperoleh dengan cara penyebaran koesioner kepada konsumen mengenai pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu mengenai diversivikais produk, lokasi dan tingkat keputusan pembelian dimana objek pengambilan data secara primer yaitu pada UKM jajanan dan makanan ringan khas bandung yang berada di kawasan jalan Cihampelas Bandung .

## **2. Data Sekunder**

Data sekunder Merupakan jenis data yang yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. data yang diperoleh yaitu bersumber dari buku-buku yang berkaitan dengan variabel, internet, surat kabar dan majalah serta sejumlah literatur yang benar dan dianggap sangat relevan dengan topik yang diteliti yaitu pengarudiversivikasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen jajana dan makanan ringan khas bandung di kawasan jalan cihampelas Bandung.

## **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Metode atau cara pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini terdapat 4 macam yaitu sebagai berikut:

### **1. Kuesioner**

Yaitu merupakan daftar pertanyaan dan teknik pengumpulan data dengan cara membuat pertanyaan secara terbuka ataupun tertutup, pertanyaan yang sudah disediakan harus diisi /

dijawab oleh responden dengan pilihan jawaban serta memberikan jawaban mengapa memilih jawaban tersebut.

## **2. Wawancara**

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan melakukan Tanya jawab kepada responden, dengan daftar pertanyaan yang harus diisi selama wawancara berlangsung dan teknik pengumpulan data melalui wawancara harus dilakukan tanpa paksaan dan tekanan kepada responden.

## **3. Studi Kepustakaan**

Teknik pengumpulan data dengan cara studi kepustakaan adalah dengan cara mengumpulkan data-data serta teori-teori yang berhubungan dengan masalah penelitian seperti dari buku, majalah Koran, artikel, jurnal yang relevan dengan penelitian.

## **4. Dokumentasi**

Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi adalah dengan cara mengambil gambar yang berkaitan dengan informasi perusahaan sebagai lampiran atau penjelasan yaitu menggunakan media kamera dll yang mendukung.

### **3.7 Teknik Pengolahan Data**

Adapun pengolahan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Menyusun data**

Yaitu dengan cara mengecek semua kelengkapan data serta mengisi data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

#### **2. Tabulasi data**



Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Memberi skor pada setiap item
2. Menjumlahkan skor pada setiap item
3. Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian.
4. Menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian.

Dari tabulasi data yang dilakukan oleh penulis salah satunya adalah dengan cara menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian karena menganalisis data merupakan suatu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik dan kemudian mengimplementasikan data yang sehingga didapatkannya sebuah kesimpulan. Oleh karena itu model analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kualitas diversifikasi produk dan lokasi dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian konsumen adalah sebagai berikut:

### **3.7.1 Skala Pengukuran Variabel**

Alat ukur dalam pemberian skor atas jawaban responden adalah dengan menggunakan skala likert bertujuan agar setiap jawaban responden dapat diukur dengan baik dimana skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden dan kelompok responden yang dijadikan sampel penelitian.

Dalam penggunaan skala likert yaitu dengan menetapkan butir-butir sikap yang telah dibuat berdasarkan aspek-aspek sikap yang telah ditetapkan menurut skala likert dengan menggunakan ukuran ordinal. Aspek-aspek tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

### Pemberian Skor Untuk Setiap Variabel

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

### 3.8 Uji Statistik

Proses pengolahan data pada penelitian mengenai pengaruh diversifikasi produk dan lokasi adalah menggunakan rumus-rumus statistik sebagai berikut:

#### 3.8.1 Uji Validitas

sebelum dilakukan penyebaran angket pada keseluruhan sampel, untuk menjamin kevalidan penelitian maka terlebih dahulu penulis melakukan pengujian validitas dan realibilitas. pengujian validitas dilakukan untuk menjamin bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek yang diteliti.

Yang dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. maka validitas dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

(Sugiyono 2009:228)

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefesien validitas item yang dicari

$x$  = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

$y$  = Skor total

$\sum y$  = Jumlah skor dalam distribusi  $y$

$\sum x$  = Jumlah skor dalam distribusi  $x$

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat dalam distribusi  $y$

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat dalam distribusi  $x$

$n$  = Banyaknya responden

Langkah-langkah yang dilakukan dalam uji validitas instrumen angket tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Memberikan nomor pada angket yang masuk.
- 2) Memberikan skor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan, yakni dengan menggunakan kategori 5 Skala Likert.
- 3) Membuat tabel untuk mendapatkan harga  $\sum xy$ ,  $\sum x^2$ , dan  $\sum y^2$ , sesuai dengan rumus diatas, dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut :
  - a) Meng-*input* data skor setiap item angket
  - b) Menghitung harga  $\sum x^2$ , dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:
    - (1) Menghitung mean untuk setiap item angket.

- (2) Mengurangkan skor tiap item dengan mean tiap item, sehingga diperoleh harga  $x$ .
  - (3) Mengkuadratkan harga  $x$  untuk tiap-tiap item, sehingga mendapatkan harga  $x^2$ .
  - (4) Menjumlahkan harga  $x^2$ , sehingga diperoleh harga  $\sum x^2$ .
- c) Menghitung harga  $\sum y^2$ , dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:
- (1) Menjumlahkan skor setiap responden, sehingga mendapatkan skor total untuk tiap responden.
  - (2) Menghitung mean skor total.
  - (3) Mengurangkan skor total tiap-tiap responden dengan mean skor total, sehingga diperoleh harga  $y$ .
  - (4) Mengkuadratkan harga  $y$  tiap-tiap responden sehingga mendapatkan harga  $y^2$ .
  - (5) Menjumlahkan harga  $y^2$ , sehingga diperoleh harga  $\sum y^2$ .
- d) Menghitung harga  $\sum xy$ , dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:
- (1) Mengalikan harga  $x$  untuk setiap item angket dengan harga  $y$ , sehingga mendapatkan harga  $xy$ .
  - (2) Menjumlahkan harga  $xy$ , sehingga mendapatkan harga  $\sum xy$ .
  - (3) Mensubstitusikan harga-harga  $\sum xy$ ,  $\sum x^2$ , dan  $\sum y^2$  ke dalam rumus, sehingga diperoleh harga  $r_{xy}$  untuk tiap-tiap item angket.

Mengkonsultasikan harga  $r_{xy}$  dengan kriteria pengujian validitas.

### 3.8.2 Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah

baik. realibilitas menunjukkan tingkat keandalan tertentu serta untuk mengetahui apakah alat pengumpul data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat kekuatan, kesetabilan atau konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun penelitian digunakan dalam waktu yang berbeda. Uji realibilitas yang digunakan penulis adalah teknik **alfa cronbach** karena jenis data yang akan digunakan Ordinal dan essay dengan rumus sebagai berikut :

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

**Sumber : Sambas Ali (2007:38 )**

Keterangan:

- $r_{11}$  = Reliabilitas angket
- $k$  = Banyak item angket
- $s_i^2$  = Jumlah varians item
- $s_x^2$  = Varians total

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut

:

- 1) Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah-langkah sebagai berikut :
  - a) Memberikan nomor pada angket yang masuk.
  - b) Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 Skala Likert.
  - c) Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan.

- d) Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden.
- e) Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item, dan kemudian menjumlahkannya.
- 2) Menghitung koefisien r untuk uji reliabilitas dengan menggunakan rumus alpha, dengan memperhatikan ketentuan sebagai berikut :
- a) Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen terlebih dahulu setiap item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varians item  $\sum s_i^2$  dengan rumus sebagai berikut :

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

(Suharsimi Arikunto, 2002:160)

Keterangan :

$s_i^2$  = harga varians tiap item

$\sum X^2$  = jumlah kuadrat skor jawaban responden tiap item

$(\sum X)^2$  = kuadrat skor seluruh responden dari setiap item

N = jumlah responden

- b) Langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan varians total ( $s_x^2$ ) dengan rumus sebagai berikut :

$$s_x^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N}$$



(Suharsimi Arikunto, 2002:160)

Keterangan :

$s_x^2$  = harga varians total

$\Sigma Y^2$  = jumlah kuadrat skor total

$(\Sigma Y)^2$  = jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N = jumlah responden

3) Keputusan pengujian reliabilitas instrumen :

$C\alpha < 0,60$  : Instrumen penelitian tidak reliabel

$C\alpha \geq 0,60$  : Instrumen penelitian reliabel

Keterangan : 0,60 merupakan standar minimal reliabilitas instrumen penelitian yang dikemukakan oleh Hair, Anderson, Tatham&Black (2005:88).

Keputusan pengujian validitas pada Usaha kecil Menengah (UKM) jajanan dan makanan ringan khas bandung di kawasan jalan Cihampelas adalah sebagai berikut:

1. item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.
2. item pertanyaan dikatakan tidak valid jika  $r$  hitung  $<$   $r$  table

Sedangkan untuk mencari hubungan variable **X** dan variable **Y** menggunakan uji **T** dengan rumus:

$$t = r_s \sqrt{\frac{N - 2}{1 - r_s^2}}$$

Sumber : Sugiyono (2009:230)

**Keterangan:**

$t$  = Nilai  $t_{hitung}$

$r$  = Koefisien Korelasi hasil  $r_{hitung}$

$n$  = Jumlah Responden

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuisioner terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengelola dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah terdapat pengaruh diversifikasi produk dan lokasi sebagai variabel X terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (Y). Dalam analisis data ini ditempuh prosedur analisis sebagai berikut :

1. Mengecek lembar jawaban angket yang telah diisi oleh responden untuk mengetahui kelengkapan hasil jawaban responden yang menentukan layak tidaknya lembar angket tersebut diolah lebih lanjut. .
2. Merekapitulasi nilai angket variabel
3. Data yang diperoleh kemudian diolah, maka diperoleh rincian skor dan kedudukan responden berdasarkan urutan angket yang masuk untuk masing-masing variabel X dan variabel Y, dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

a) Menentukan jumlah Skor Kriterium (SK) dengan menggunakan rumus :

$$SK = ST \times JB \times JR$$

b) Membandingkan jumlah skor hasil angket untuk variabel X1 dengan jumlah skor kriterium variabel X1 untuk mencari jumlah skor hasil angket X dengan menggunakan rumus:  $X_i = X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + \dots + X_{100}$

Keterangan:  $X_i$  = Jumlah skor hasil angket variabel  $X_i$

$X_1 - X_{100}$  = Jumlah skor angket masing-masing responden

4. Analisis data, yaitu mendeskripsikan variabel X dan variabel Y dengan analisis deskriptif untuk menjawab permasalahan tentang bagaimana gambaran diversifikasi produk dan lokasi

SUFI YANTI, 2012

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

dan keputusan pembelian konsumen pada UKM makanan ringan dan oleh-oleh khas Bandung yang divisualisasikan dalam bentuk “skor ideal” dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menghitung skor total terendah dan tertinggi dari bobot instrument sebagai berikut :

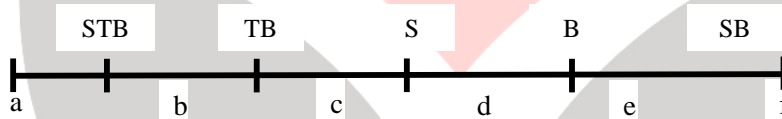
$$\text{Tinggi} = \text{ST} \times \text{JB} \times \text{JR}$$

$$\text{Sedang} = \text{SD} \times \text{JB} \times \text{JR}$$

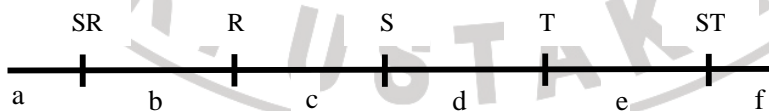
$$\text{Rendah} = \text{SR} \times \text{JB} \times \text{JR}$$

Keterangan :  
 JB : Jumlah Bulir  
 JR : Jumlah Responden

- b. Menghitung rentang dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah kemudian hasilnya dibagi lima.  
 c. Menentukan ukuran sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.  
 d. Membuat parameter untuk kriteria sangat baik, baik, sedang, tidak baik, dan sangat tidak baik.



- e. Membandingkan skor total tiap variabel dengan parameter tersebut untuk memperoleh gambaran variabel diversifikasi produk dan lokasi (X).  
 f. Membuat parameter untuk kriteria sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.



- g. Membandingkan skor total tiap variabel dengan parameter di atas untuk memperoleh gambaran keputusan pembelian konsumen (Y).

### 3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menaksir harga variabel Y berdasarkan harga variabel X yang diketahui, serta taksiran perubahan variabel Y untuk setiap perubahan variabel X.

Analisis regresi yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bentuk persamaan

:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Keputusan pembelian Konsumen.

X = Diversifikasi produk Dan Lokasi

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

b = Angka arah/koeffisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

Dengan nilai a dan b adalah sebagai berikut:

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

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

(Sugiyono, 2007:206)

### 3.8.4 Uji Korelasi

Uji korelasi atau analisis korelasi yaitu teknik untuk menentukan sampai sejauh mana hubungan antara dua variabel. Untuk mengetahui korelasinya menggunakan rumus koefisien korelasi *Product Moment* :

SUFI YANTI, 2012

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

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

(Riduwan, 2007:136)

Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara X dan Y. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas:  $-1 < r < +1$ . Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif/korelasi langsung antara kedua variabel yang berarti. Setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai-nilai Y, dan begitu pula sebaliknya.

- Jika nilai  $r = +1$  atau mendekati  $+1$ , maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan positif.
- Jika nilai  $r = -1$  atau mendekati  $-1$ , maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan negatif.
- Jika nilai  $r = 0$  atau mendekati  $0$ , maka korelasi variabel yang diteliti tidak ada sama sekali atau sangat lemah

**TABEL 3.3**

**Derajat Hubungan Antar Variabel**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.80-1.000	Sangat Kuat
0.60-0.799	Kuat
0.40-0.599	Cukup Kuat
0.20-0.399	Rendah
0.00-0.199	Sangat Rendah

Sumber: Riduwan (2007: 136)

### 3.8.5 Koefisien Determinasi

Untuk menguji seberapa besar pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y, maka digunakan koefisien determinasi sebagai berikut :

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

SUFI YANTI, 2012

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Sebelum nilai  $r^2$  digunakan untuk membuat kesimpulan terlebih dahulu harus diuji apakah nilai-nilai  $r^2$  ini terletak dalam daerah penerimaan atau penolakan  $H_0$ .

### 3.8.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh dari diversifikasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen. Hipotesis umum yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Terdapat pengaruh yang positif dari diversifikasi produk dan lokasi (variabel X) terhadap keputusan pembelian konsumen (variabel Y).

Jika hipotesis penelitian tersebut dinyatakan kedalam hipotesis statistik maka :

$H_0$  :  $\rho \leq 0$ , tidak terdapat pengaruh positif dari diversifikasi produk (variabel X1) terhadap keputusan pembelian konsumen (variabel Y). Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

$H_1$  :  $\rho > 0$ , terdapat pengaruh positif dari lokasi (variabel X2) terhadap keputusan pembelian konsumen (variabel Y). Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

Untuk menguji signifikansi antara variabel *independen* (X) terhadap variabel *dependen* (Y) dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan menggunakan rumus *distribusi student* ( $t_{student}$ ) sebagai berikut :

$$t = r_s \sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}}$$

(Riduwan, 2007:110)

Keterangan :

SUFI YANTI, 2012

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu



T = Distribusi Student (distribusi t)

N = Jumlah responden

$r_s$  = Koefisien korelasi dari uji independen (kekuatan korelasi)

Dengan kriteria pengujian berdasarkan level signifikansi (0,05) dan dk (n-2) : Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

