

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah tanggapan responden mengenai variabel bebas adalah Pengelolaan barang dagangan (X) dengan indikator kualitas, harga, dan keragaman produk. Serta yang menjadi variabel terikat ialah keputusan pembelian konsumen (Y) yang meliputi pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Pada penelitian ini yang dijadikan responden adalah konsumen Yomart minimarket cabang Cibeureum Cimahi. Berdasarkan variabel-variabel tersebut maka akan diteliti mengenai pengaruh pengelolaan barang dagangan terhadap keputusan pembelian pada Yomart minimarket cabang Cibeureum Cimahi.

3.2 Metode Penelitian

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 Sugiyono (2008:11) “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel maupun lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”.

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 di lapangan. Penelitian deskriptif di sini bertujuan untuk mengetahui gambaran dari variabel penelitian mengenai pelaksanaan pengelolaan barang dagangan Yomart minimarket serta pandangan responden tentang keputusan pembelian produk di Yomart minimarket cabang Cibeureum Cimahi.

Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengelolaan barang dagangan terhadap keputusan pembelian pada Yomart Minimarket cabang Cibeureum.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode survei untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Menurut Ker Linger yang dikutip oleh Sugiyono (2008:7), “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 variabel sosiologis maupun psikologis”. Survei yaitu sebagian informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung di tempat kejadian

secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Suatu penelitian agar bisa dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel. Variabel bebas yang dikaji dalam penelitian ini adalah pengelolaan barang dagangan dan untuk variabel terikat adalah keputusan pembelian konsumen. Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Pengelolaan Barang Dagangan (X)	Proses penanganan kreatif dalam upaya mempresentasikan atau menampilkan barang dagangan dengan tujuan memaksimalkan daya tarik penjualan ritel	Kualitas Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai yang lain. Kotler dan Armstrong (2006:226)	• Tingkat batas waktu kadaluarsa barang	Ordinal	C.1
			• Tingkat kualitas terbaik dan sesuai dengan harga yang diberikan	Ordinal	C.2
			• Tingkat kualitas terbaik dibandingkan dengan minimarket lain	Ordinal	C.3
			• Tingkat ketepatan waktu penyediaan barang	Ordinal	C.4
	Christina Whidya Utami (2008:20)	Harga Harga menunjukkan jumlah uang yang harus diserahkan, dengan demikian harga yang lebih tinggi secara negatif mempengaruhi kemungkinan pembelian.	• Tingkat pengadaan program <i>discount</i> (potongan harga) yang ditawarkan	Ordinal	C.5
			• Tingkat daya tarik harga pada rak pajang	Ordinal	C.6
			• Tingkat penetapan harga barang dagangan	Ordinal	C.7

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
		Ronald R. Litchensetein, Nancy M. Ridgway dan Richard G. Netemeyer, (2007:186)	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat harga yang lebih rendah dibandingkan dengan minimarket lain 	Ordinal	C.8	
		<p>Assortment</p> <p>Sejumlah SKU (<i>Stock Keeping Unit</i>) dalam kategori <i>breadth</i> yang baik dan <i>dept</i> yang juga dapat digunakan saling bergantian</p> <p>Christina Whidya Utami (2008:89)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketersediaan produk baru 	Ordinal	C.9	
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketersediaan merek yang bervariasi 	Ordinal	C.10	
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketersediaan berbagai variasi produk 	Ordinal	C.11	
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketersediaan berbagai merek dan produk untuk dipilih 	Ordinal	C.12	
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan di mana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Kotler dan Armstrong (2007:227)	Pemilihan produk	Konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain.	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian berdasarkan kelengkapan produk 	Ordinal	C.13
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian berdasarkan harga 	Ordinal	C.14
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian berdasarkan kualitas produk 	Ordinal	C.15
		Pemilihan merek/minimarket	Konsumen harus memutuskan merek/toko mana yang akan dipilih. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri.	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan 	Ordinal	C.16
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keramahan karyawan dalam melayani pelanggan 	Ordinal	C.17
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketersediaan fasilitas 	Ordinal	C.18
		Pemilihan saluran pembelian	Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi, bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat dan strategis.	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian berdasarkan kestrategisan lokasi 	Ordinal	C.19
		Penentuan waktu pembelian	Konsumen dapat mengambil keputusan tentang kapan ia harus	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian berdasarkan kontinuitas pembelian 	Ordinal	C.20
		<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian 	Ordinal	C.21		

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		melakukan pembelian	berdasarkan ketika membutuhkan		
		<p>Jumlah pembelian</p> <p>Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian berdasarkan banyaknya pembelian produk 	Ordinal	C.22

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumber dari suatu data dibedakan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan tertentu (Husein Umar, 2002:64), sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian pihak lain atau data yang sudah tersedia sebelumnya diperoleh pihak lain yang berasal dari buku, literatur, artikel dan ilmiah.(Husein Umar, 2002:84).

Berdasarkan pemaparan diatas, untuk mengetahui dengan jelas jenis dan sumber data yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.2 di bawah ini :

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

NO	DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
1	Grafik perkembangan pangsa pasar omset ritel modern berdasarkan jenisnya 2004-2008	Sekunder	Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (www.aprindo.org)
2	Pangsa Pasar gerai ritel modern	Sekunder	Media Data. Peta Persaingan Bisnis Ritel Di Indonesia. Februari 2009
3	Perkembangan jumlah gerai dan perkiraan omset minimarket	Sekunder	SWA No.06/XXV/19 Maret-1 April 2009, Media Data 2009, dan Yomart blog (www.wordpress.com)

NO	DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
4	Jumlah Frekuensi transaksi pembelian minimarket yomart cabang cibeureum periode 2005-2008	Sekunder	Laporan Bulanan Yomart Minimarket Cabang Cibeureum Cimahi
5	Tanggapan konsumen melakukan pembelian pada Yomart Minimarket Cabang Cibeureum Cimahi	Primer	Pra-penelitian Januari 2010
6	Tanggapan responden mengenai pengelolaan barang dagangan pada Yomart minimarket cabang Cibeureum Cimahi	Primer	Konsumen Yomart minimarket cabang Cibeureum Cimahi
7	Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pada Yomart minimarket cabang Cibeureum Cimahi	Primer	Konsumen Yomart minimarket cabang Cibeureum Cimahi

Sumber : Berdasarkan Hasil Pengolahan Data

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan subjek penelitian yang memiliki ciri-ciri tertentu. Populasi dalam penelitian merupakan sekelompok objek yang dapat dijadikan sumber penelitian berupa benda-benda manusia maupun peristiwa yang terjadi sebagai objek atau sasaran penelitian.

Menurut Sugiyono (2009:61) menyatakan bahwa: “Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Seorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*), yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan.

Dari pengertian populasi di atas, maka dalam penelitian ini sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian, yang menjadi populasi adalah konsumen Yomart minimarket cabang Cibeureum Cimahi beserta seluruh karakteristik telah melakukan transaksi. Pada Tabel 3.3 memberikan keterangan yang lebih rinci mengenai jumlah konsumen Yomart minimarket cabang Cibeureum Cimahi.

TABEL 3.3
JUMLAH KONSUMEN YOMART MINIMARKET
CABANG CIBEUREUM CIMAH

No	Bulan	Jumlah Pembeli
1	Juni 2009	3655
2	Juli 2009	12931
3	Agustus 2009	12826
4	September 2009	13437
5	Oktober 2009	12341
6	Nopember 2009	11414
7	Desember 2009	12325
8	Januari 2010	11556
9	Febuari 2010	9329
	Jumlah	99814/9 = 11090,44= 11090

Sumber: Laporan Bulanan Yomart Minimarket Cabang Cibeureum Cimahi

3.2.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2009:62) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dalam melakukan suatu penelitian tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi, karena di samping memerlukan biaya yang sangat besar juga membutuhkan waktu yang lama. Dengan meneliti sebagian populasi, kita mengharapkan hasil yang di dapat akan menggambarkan hasil populasi yang diteliti.

Ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus dari Harun Al Rasyid (1994:44), yaitu:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

(Harun Al Rasyid,1994:44)

Sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_o = \left\{ \frac{Z \left(1 - \frac{\alpha}{2} \right) S}{\delta} \right\}^2 \quad (\text{Harun Al Rasyid, 1994:44})$$

Keterangan :

N = Populasi

n = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit

S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Empirical Rule*

δ = *Bound of error* yang bisa ditolerir atau dikehendaki sebesar 5%

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu dapat dilihat pada halaman selanjutnya:

- a. Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- b. Nilai tertinggi skor responden : $(22 \times 5) = 110$
- c. Nilai terendah skor responden : $(22 \times 1) = 22$
- d. Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah = $110 - 22 = 88$
- e. S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviator*) dengan menggunakan *deming empirical rule*.

Berdasarkan rekapitulasi dari jawaban responden sebanyak 30 orang, diperoleh : tidak ada yang menjawab skor 1 (satu), skor 2 (dua) sebanyak 21, skor 3 (tiga) sebanyak 223, skor 4 (empat) sebanyak 336, dan skor 5 (lima) sebanyak 80. Berdasarkan pengamatan dari jawaban responden di atas, skor terbanyak berada pada skor 4 (empat) yang menggambarkan jawaban



responden berbentuk kurva miring kanan artinya jawaban responden terbanyak pada skor 4 sehingga $S = 0,21$.

Maka diperoleh : $S = (0,21) (88) = 18,48$

f. Dengan derajat kepercayaan

= 95% dimana $\alpha = 0,05$ $Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = Z_{0,975} = 1,96$ (lihat tabel Z, yaitu tabel normal baku akan diperoleh nilai 1,96)

Perhitungan ukuran sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai n_0 lebih dahulu, yaitu:

$N = 11090$ orang

$\delta = 5\%$

$Z = 1,96$

$S = 18,48$

$$n_0 = \left\{ \frac{Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right)S}{\delta} \right\}^2$$

$$n_0 = \left[\frac{(1,96)(18,48)}{5} \right]^2$$

$$= \left[\frac{36,2208}{5} \right]^2$$

$$= [7,24416]^2$$

$$= 52,47785411$$

Nilai n_0 sudah diketahui yaitu sebesar 52,47785411 setelah itu kemudian dilakukan penghitungan untuk mencari nilai n untuk mencari jumlah sampel yang akan diteliti.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{52,47785411}{1 + \frac{52,47785411}{11090}} \\
 &= \frac{52,47785411}{1,00459767} \\
 &= 52,230698601
 \end{aligned}$$

Dibulatkan menjadi 52

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan $\alpha = 0.05$ maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 52. Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa "untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik". Kemudian agar sampel yang digunakan representatif, maka pada penelitian ini ditentukan sampel yang berjumlah 75 orang.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Sampel yang diambil dalam suatu penelitian harus representatif dengan menggunakan suatu teknik pengambilan sampel agar dapat mewakili populasi. Menurut Sugiyono (2009:81) menyatakan bahwa "Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel". Menurut Suharsimi Arikunto (2006:110) menyatakan bahwa "Teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya". Untuk mendapatkan sampel representatif, maka harus diupayakan subjek dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi unsur sampel, sehingga digunakan pengambilan sampel acak sistematis. 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 maka teknik pengambilan sampel disesuaikan dengan langkah kerja yang sistematis untuk mendapatkan sampel yang representatif. Sampel yang didapatkan harus representatif, untuk itu perlu dilakukan langkah-langkah untuk mendapatkan sampel yang representatif. Untuk mengolah data dilakukan langkah-langkah yang dilakukan secara sistematis yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan konsumen yang akan dijadikan objek penelitian yaitu konsumen yang telah melakukan transaksi.
2. Menentukan sebuah *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam hal ini *check point*-nya adalah pintu masuk minimarket Yomart Cabang Cibeureum
3. Berdasarkan data yang didapat dari Yomart minimarket Cabang Cibeureum Cimahi diketahui bahwa rata-rata kunjungan konsumen adalah sebanyak 11090 orang perbulan (358 per hari)
4. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Pada penelitian ini waktu kongkrit yang digunakan oleh peneliti adalah pada hari Senin hingga Minggu pukul 11.00 – 18.00 WIB dengan jumlah konsumen rata-rata sebesar 196 per hari.
5. Menentukan ukuran sampel atau $n = 75$
6. Tentukan orientasi lapangan terutama pada *checkpoint*. Orientasi ini akan dijadikan dasar menentukan interval pemilihan pertama. Perkiraan penyebaran angket perhari sebanyak 15 maka interval yang digunakan adalah $196 : 15 = 13$.

Setelah diketahui interval maka penyebaran angket dilakukan pada konsumen yang melakukan transaksi di Yomart Cabang Cibeureum pada interval ke tiga belas.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara dengan apa data diperlukan dapat diperoleh. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dikategorikan menjadi dua bagian yaitu teknik yang digunakan untuk memperoleh data sekunder dan data primer. Penelitian ini memperoleh data dengan menggunakan instrumen penelitian antara lain:

1. Interview menurut Sugiyono (2008:137) menyatakan bahwa “Interview (wawancara) merupakan teknik pengumpulan data melalui komunikasi langsung dengan responden atau konsumen yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil”.
2. Observasi, menurut Sutrisno Hadi yang dikutip oleh Sugiyono (2009:145) menyatakan bahwa “Observasi merupakan suatu proses yang kompleks suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis yaitu berupa proses-proses pengamatan dan ingatan”.
3. Kuesioner (angket), menurut Sugiyono (2009:145) menyatakan bahwa “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.
4. Penelusuran internet, untuk mencari jurnal-jurnal ilmiah dan artikel-artikel yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti.

Method of Successive Interval (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid,1994:131). 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 (p) 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:

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

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.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan atau keahlian suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah. (Suharsimi Arikunto 2006:168).

Rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2006:170})$$

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total
- n = Banyak responden

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.
2. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut valid.
3. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut tidak valid.
4. Hasil pengujian pada 30 responden, dengan $dk = n-2 = 30-2 = 28$ diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,374$, berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN

NO.ITEM	PERNYATAAN	r_{hitung}	r_{tabel}	KETERANGAN
Quality atau kualitas				
III.1	Batas waktu kadaluarsa barang	0,623	0,374	Valid
III.2	Kesesuaian harga dengan kualitas barang	0,697	0,374	Valid
III.3	Kualitas barang dibandingkan minimarket lain	0,599	0,374	Valid
III.4	Ketepatan waktu penyediaan barang	0,689	0,374	Valid
Price atau harga				
III.5	Pengadaan program diskon atau potongan harga	0,725	0,374	Valid
III.6	Daya tarik harga pada rak	0,568	0,374	Valid
III.7	Harga yang ditawarkan	0,721	0,374	
III.8	Harga lebih rendah dibandingkan minimarket lain	0,605	0,374	Valid
Assortment atau keragaman produk				
III.9	Ketersediaan produk baru	0,570	0,374	Valid
III.10	Ketersediaan berbagai merek dari setiap kategori	0,643	0,374	Valid
III.11	Ketersediaan berbagai variasi produk	0,470	0,374	Valid
III.12	Ketersediaan berbagai merek dan produk untuk dipilih	0,522	0,374	Valid
Pemilihan Produk				
III.13	Pembelian berdasarkan kelengkapan produk	0,461	0,374	Valid
III.14	Pembelian berdasarkan harga produk	0,526	0,374	Valid
III.15	Pembelian berdasarkan kualitas produk	0,719	0,374	Valid
Pemilihan Merek/minimarket				
III.16	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi kepada pelanggan	0,746	0,374	Valid
III.17	Keramahan karyawan dalam melayani karyawan	0,537	0,374	Valid
III.18	Ketersediaan fasilitas pada minimarket	0,550	0,374	Valid
Pemilihan saluran pembelian				
III.19	Kestrategisan lokasi	0,651	0,374	Valid
Penentuan waktu pembelian				
III.20	Kontinuitas pembelian	0,746	0,374	Valid
III.21	Pembelian berdasarkan kebutuhan dan keinginan	0,472	0,374	Valid
Jumlah Pembelian				
III.22	Pembelian berdasarkan banyaknya produk	0,514	0,374	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan 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. *Reliabel* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2006:178).

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (\text{Husein Umar, 2002:146})$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_t^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \quad (\text{Husain Umar, 2002:147})$$

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka *item* pertanyaan dikatakan *reliabel*.

- 2) Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka *item* pertanyaan dikatakan tidak *reliabel*.

Hasil pengujian reliabilitas yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel 3.6 berikut ini :

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r hitung	R tabel	Keterangan
1	Pengelolaan Barang Dagangan	0.900	0,374	Reliabel
2	Keputusan pembelian	0.873	0,374	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data 2010

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

3.2.7 Teknik Analisis Data

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. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun data, mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden digunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Dimana:

n = nilai yang diperoleh

N = jumlah seluruh nilai

100 = konstanta

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
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

Dalam penelitian ini, setiap pendapat responden atas pernyataan diberi nilai dengan skala likert. Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas adalah sebagai berikut:

TABEL 3.6
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
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: Moch. Ali (1985:184)

3.2.7.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikansinya. (Sugiyono 2009:144). Analisis deskriptif bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif Pengelolaan barang dagangan yang terdiri dari indikator kualitas, harga dan keragaman produk.
2. Analisis deskriptif keputusan pembelian konsumen di Yomart Minimarket Cabang Cibeureum Cimahi.

3.2.7.2. Analisis Verifikatif atau Pengujian Hipotesis menggunakan Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh Pengelolaan barang dagangan dengan indikator kualitas, harga, dan keragaman produk terhadap proses keputusan pembelian konsumen (Y) adalah analisis regresi linier

seederhana dan analisis korelasi karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel.

Tahap awal dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah mentransformasikan data yang diteliti menggunakan *Method of Successive Interval*. Pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengelolaan barang dagangan terhadap keputusan pembelian digunakan statistik nonparametrik karena skala data yang diperoleh adalah dalam bentuk skala ordinal. Adapun teknik analisa yang digunakan dalam statistik *non parametric* adalah teknik analisa regresi linier sederhana, hal ini dikarenakan data yang diperoleh bersifat ordinal.

Pada metode regresi linier sederhana, data yang diperoleh haruslah dalam bentuk interval, dikarenakan data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah dalam bentuk ordinal maka semua datanya harus ditransformasikan menjadi skala interval terlebih dahulu dengan menggunakan Teknik analisa linier sederhana dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

1. Asumsi Analisis Regresi

a). Uji Asumsi Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal, maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal dan akan dianalisis menggunakan analisis parametrik. Pada penelitian ini, untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *Normal Probability Plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak di

sekitar garis diagonal pada *Normal Probability Plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas. Pengujian kenormalan data juga dilakukan menggunakan uji Liliefors yang diolah menggunakan SPSS. Kriteria pengujian adalah jika signifikansi $> 0,05$ maka data dikatakan berdistribusi normal.

b). Uji Linieritas Data

Uji linieritas regresi variabel x atas variabel y , dimaksudkan untuk mengetahui kemungkinan adanya hubungan linear antar variabel x dan variabel y . Pengujian linieritas data dapat dibuktikan melalui F_{test} (Husaini dan R. Purnomo, 2008:113). Berdasarkan tabel ANOVA, dapat diketahui besarnya F_{hitung} melalui uji ANOVA atau F_{test} , sedangkan besarnya F_{tabel} diperoleh dengan melihat tabel F melalui dk pembilang (dk tuna cocok, $k - 2$) dan dk penyebut (dk kesalahan, $n - k$) dengan taraf kesalahan (α) = 0,05. Dengan kriteria, tolak hipotesis model regresi linear jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak, artinya data linier. Untuk distribusi F yang digunakan diambil $\alpha = 0,05$, dk pembilangnya = $(k-2)$ dan dk penyebut = $(n-k)$.

Keterangan : k = jumlah kelompok untuk data yang sama

n = jumlah sampel

c). Diagram Pencar

Diagram pencar merupakan gambaran secara kasar mengenai pola hubungan variabel Y (keputusan pembelian konsumen) atas variabel X (Pengelolaan barang dagangan) adalah pola hubungan linier atau tidak linier, jika pola hubungannya

linier model hubungan ini adalah model regresi linier sederhana, yaitu: $Y = \beta_0 + \beta_1 X$. Dari sampel model yang dipergunakan adalah: $Y = b_0 + b_1 X$. Dalam diagram pencar terdapat kovariansi yang bersifat searah dan tidak searah.

Kovariansi antara X dan Y sifatnya searah, dalam arti bahwa apabila X berubah makin besar maka Y pun berubah makin besar atau apabila X berubah makin kecil, maka Y pun berubah makin kecil. Kovariansi antara kedua variabel itu disebut kovariansi positif, ini mengisyaratkan hubungan positif. Dan jika Kovariansi antara X dan Y sifatnya tidak searah, dalam arti bahwa apabila X berubah makin besar maka Y berubah makin kecil atau apabila X berubah makin kecil, maka Y pun berubah makin besar. Kovariansi antara kedua variabel itu disebut kovariansi negatif, ini mengisyaratkan hubungan negatif.

2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi dimaksudkan untuk menghitung berapa besar koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y. Untuk keperluan perhitungan koefisien korelasi r (korelasi *product moment*) berdasarkan sekumpulan data (X_i, Y_i) berukuran n dapat digunakan rumus menurut Sugiyono (2009:228) berikut ini:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

X = Variabel bebas (*independent*)

Y = Variabel terikat (*dependent*)

Sugiyono (2009:231) menjelaskan interpretasi koefisien korelasi untuk mengetahui besarnya tingkat hubungan antar variabel sebagai berikut :

TABEL 3.7
PEDOMAN INTERPRETASI 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 (2009:231)

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel terikat (*dependent*) dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel bebas (*independent*) atau untuk meningkatkan keadaan variabel terikat dapat dilakukan dengan menaikkan variabel bebas ataupun sebaliknya. Teknik ini digunakan untuk memprediksi seberapa besar nilai variabel terikat (Y) jika variabel bebas (X) diubah. Teknik regresi ini bermanfaat untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel *dependent* dapat dilakukan melalui peningkatan variabel *independent* atau tidak, maka bentuk persamaan regresi linear sederhana Y atas X adalah:

$$y = a + bx \quad (\text{Sugiyono, 2009:261})$$

Keterangan:

a = Y pintasan (Nilai Y' bila x = 0)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel *dependent* yang didasarkan pada variabel *independent*. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka turun.

X = Nilai tertentu dari variabel bebas

Y' = Nilai yang diukur dari variabel terikat

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: $\sum X_i$, $\sum y_i$, $\sum X_i Y_i$, $\sum X_i^2$, $\sum Y_i^2$
- 2) Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sugiyono (2009: 206) sebagai berikut: Nilai dari a dan b pada persamaan regresi linier

dapat dihitung dengan rumus :

$$3) \text{ Menyusun persamaan regresi linier sederhana setelah menemukan harga koefisien a dan b. } \quad a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

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. Mencari Koefisien Determinasi (r^2)

Untuk mengetahui besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi (r^2). Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Nilai koefisien penentu berada di antara 0 – 100%. Jika nilai koefisien penentu makin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien penentu sebagai berikut:

TABEL 3.8
KOEFISIEN DETERMINASI

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% - 19,9%	Sangat lemah

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

(Sumber: Sugiyono 2009:215)

Selanjutnya untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan. Koefisien Determinasi (KD) menunjukkan ragam naik turunnya variabel terikat yang diterangkan oleh pengaruh variabel X. Dimana dalam penggunaannya, koefisien determinasi dinyatakan dalam persentasi dengan rumus:

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

(Iqbal Hasan, 2006:63)

Keterangan :

KD : Nilai koefisien Determinan

r : Nilai koefisien korelasi

3.2.8 Rancangan Pengujian Hipotesis

Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$) sebagai berikut:

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

(Sudjana, 2002: 62)

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan.

1. $H_0 : \rho = 0$ Keputusan pembelian konsumen pada Yomart minimarket cabang Cibereum Cimahi tidak dipengaruhi oleh pengelolaan barang dagangan

2. $H_1 : \rho > 0$ Keputusan pembelian konsumen pada Yomart minimarket cabang Cibereum Cimahi dipengaruhi oleh pengelolaan barang dagangan

Dengan kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

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

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

