

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Metode Penelitian yang Digunakan**

Peneliti mengumpulkan data yang berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2012:11) “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.” Serta “Penelitian verifikatif atau dalam istilah statistika disebut inferensial atau induktif adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan maksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi melalui suatu pengujian hipotesis.

Penelitian deskriptif ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada di nomor satu, dua dan tiga yaitu mengenai tanggapan responden tentang variabel-variabel yang diteliti seperti lokasi, promosi dan proses keputusan pembelian konsumen. Sedangkan penelitian verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada pada nomor empat yaitu seberapa besar pengaruh lokasi dan promosi terhadap proses keputusan pembelian di *Clothing Scooter Scoot*.

### **3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Definisi variabel dan operasional variabel penelitian merupakan variabel-variabel yang harus didefinisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian berarti ganda. Definisi variabel juga menjadi batasan sejauh mana penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan variabel inilah penelitian bisa diolah sehingga dapat diketahui cara pemecahan masalahnya.

#### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Peneliti akan selalu berhubungan dengan apa yang disebut dengan variabel. Peneliti akan menentukan variabel untuk diolah menjadi informasi yang dibutuhkan dan kemudian ditarik kesimpulan. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dikatakan Sugiyono (2012:38) bahwa variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.

##### **3.2.1.1 Variabel Independen**

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono,2013:39). Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independen adalah lokasi dan promosi.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah :

1. Lokasi ( $X_1$ ) menurut Ratih Hurriyati (2015 : 56) dikatakan bahwa Tempat (*place*) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.
2. Promosi ( $X_2$ ) menurut Kotler & Armstrong (2014:77) “Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu”.

### **3.2.1.2 Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono ,2013:39). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen yang diberi simbol (Y). Dalam penelitian ini yang termasuk variabel dependen adalah proses keputusan pembelian (Y) Kotler & Keller (2016) “Proses Keputusan Pembelian merupakan salah satu konsep dari perilaku konsumen baik individu, kelompok ataupun organisasi dalam melakukan penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif yang ada dan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan”.

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Operasional variabel merupakan indikator yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, yaitu Lokasi ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ) dan Proses Keputusan Pembelian sebagai variabel tidak bebas (Y). Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala dimana variabel penelitian akan diukur dengan skala interval.

Operasionalisasi variabel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel & Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p><b>Lokasi</b></p> <p>Tempat (<i>place</i>) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Ratih Hurriyati (2015)</p>	Akses	Kemudahan akses transportasi umum	Tingkat kemudahan akses transportasi	Interval	1
		Kelancaran akses menuju lokasi	Tingkat kelancaran akses menuju lokasi	Interval	2
	Visibilitas	Kemudahan menemukan lokasi	Tingkat kemudahan menemukan lokasi	Interval	3
		Kemudahan melihat lokasi dengan jelas	Tingkat kemudahan melihat lokasi dengan jelas	Interval	4
	Lalu lintas	Arus lalu lintas menuju Scooter Scoot lancer	Tingkat lalu lintas lancer	Interval	5
		Keramaian lalu lintas	Tingkat keramaian lalu lintas	Interval	6
<p><b>Promosi</b></p> <p>“Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu”. Kotler &amp; Armstrong (2014:77)</p>	<i>Advertising</i>	Informasi mengenai produk Scooter Scoot melalui media periklanan mudah didapatkan	Tingkat kemudahan mendapatkan informasi	Interval	7
		Pesan yang disampaikan Scooter Scoot mudah dipahami	Tingkat kephahaman penyampaian pesan	Interval	8
	Promosi penjualan ( <i>sales promotion</i> )	<i>Discount</i>	Tingkat kemenarikan <i>discount</i>	Interval	9
		Bonus	Tingkat kemenarikan bonus	Interval	10
	<i>Direct marketing</i>	Katalog yang dibuat oleh Scooter Scoot dapat mempengaruhi	Tingkat kemenarikan katalog	Interval	11

Variabel & Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
		konsumen berbelanja			
		<i>Internet</i>	Tingkat kemudahan mendapatkan informasi di <i>internet</i>	Interval	12
	<i>Personal selling</i>	SPB/SPG	Tingkat keramahan	Interval	13
		penyampaian informasi produk	Tingkat kejelasan penyampaian informasi		14
	<i>Event sponsorship</i>	Ketepatan pemilihan <i>event</i>	Tingkat ketepatan pemilihan <i>event</i>	Interval	15
		Ketepatan pemilihan letak <i>stand</i> pada saat <i>event</i>	Tingkat ketepatan pemilihan letak <i>stand</i>	Interval	16
	<i>Mobile Marketing</i>	Aplikasi <i>smartphone</i>	Tingkat penggunaan aplikasi <i>smartphone</i>	Interval	17
	<i>Public Relation</i>	Majalah	Tingkat kemudahan mendapatkan informasi melalui berita majalah	Interval	18
		<i>Costumer Service</i>	Tingkat ketanggapan <i>Costumer Service</i>	Interval	19
	<i>Online and social media marketing</i>	Ketepatan pemilihan sosial media	Tingkat ketepatan pemilihan sosial media	Interval	20
		<i>Online shop</i>	Tingkat kemudahan konsumen untuk berbelanja <i>Online</i>	Interval	21
	<b>Proses Keputusan Pembelian</b>  “Beberapa tahap yang dilakukan oleh konsumen. Tahap-tahap tersebut yang akan menghasilkan suatu keputusan untuk membeli atau	1. Pengenalan kebutuhan	Keinginan Akan Produk	Tingkat keinginan akan produk Scooter Scoot	Interval
2. Pencarian informasi		Iklan, media cetak, sosial media	Tingkat kesesuaian alat pencarian informasi	Interval	23
3. Evaluasi Alternatif		Kesesuaian produk dengan harapan	Tingkat kesesuaian produk Scooter Scoot	Interval	24

Variabel & Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
tidak dan setelah membeli konsumen akan puas atau tidak.  Kotler dan Keller alih Bahasa oleh Bob Sabran (2011:185)		konsumen	dengan harapan konsumen		
	4. Keputusan pembelian	Memilih merek yang dipilih konsumen	Tingkat kesesuaian memilih merek produk Scooter Scoot yang dibeli	Interval	25
	5. Perilaku Pascapembelian	Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk	Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Scooter Scoot	Interval	26

Sumber : Olah data peneliti, 2016

### 3.3. Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti dan dapat membantu peneliti dalam pengolahan data untuk memecahkan masalah penelitian. Untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan sampel dalam pengolahan datanya. Sampel merupakan elemen-elemen atau unit-unit dari populasi yang dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik sampling tertentu.

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:117) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti.

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang ke *Clothing Scooterscoot* Bandung tahun 2015-

2017, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Pengunjung *Clothing Scooter Scoot***  
**Tahun 2015 – September 2016**

<b>Bulan</b>	<b>Tahun 2015</b>	<b>Tahun 2016</b>	<b>Tahun 2017</b>
Januari	60	35	40
Februari	87	45	35
Maret	65	38	50
April	70	35	23
Mei	43	42	20
Juni	30	32	21
Juli	50	35	-
Agustus	43	28	-
September	45	20	-
Oktober	40	30	-
November	37	19	-
Desember	30	40	-
<b>Total</b>	<b>600</b>	<b>399</b>	<b>189</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>50</b>	<b>33</b>	<b>31</b>
$\Sigma$	<b>1.188</b>		

Berdasarkan tabel 3.2 di atas, maka jumlah populasi *Clothing Scooter Scoot* Bandung adalah sebanyak 1.188.

### 3.3.2 Sampel

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian.

Anggota sampel yang tepat digunakan menurut Sugiyono (2013:118) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin

kecil dan begitu sebaliknya. Kesimpulannya sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi konsumen *Clothing Scooter Scoot Bandung*.

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:65) dikatakan bahwa sampel sebagai berikut:

“Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, penelitian tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”.

Ukuran sampel atau jumlah sampel yang diambil merupakan hal yang penting jika peneliti melakukan penelitian yang menggunakan analisis kuantitatif. Menurut Rescoe dalam V. Wiratna Sujarweni (2014:66) untuk menentukan sampel dapat menggunakan rumus slovin dan tabel Isac Mischael, dan peneliti menggunakan cara rumus slovin sebagai berikut :

$$\text{Rumus Slovin} = \boxed{n = \frac{N}{1 + N e^2}}$$

Dimana:  $n$  = Ukuran sampel

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 1.188 orang. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{1.188}{1 + 1.188 (0,1)^2}$$

$$n = 92,23 \approx 93$$

Dapat disimpulkan sampel pada penelitian ini menggunakan 92 orang responden.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2013:116) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan.

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *probability sampling*, sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*.

*Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2013:82). *Simple Random Sampling* dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2013:82).

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

## 1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari :

### a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

### b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada *owner Clothing Scooter Scoot* . Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

### c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk jawabannya (Sugiyono, 2013:135). Skala diferensial semantic yaitu skala mengukur sikap, tersusun dalam satu garis kontinum dimana jawaban yang sangat positif terletak dibagian kanan dan jawaban yang sangat negatif terletak di bagian kiri baris, atau sebaliknya. Skala diferensial *semantic* berisikan serangkaian karakteristik bipolar (dua kutub) seperti : panas-dingin. Karakteristik

bipolar tersebut mempunyai tiga dimensi dasar sikap seseorang terhadap objek yaitu :

- 1) Potensi, yaitu kekuatan atau atraksi fisik suatu objek
- 2) Evaluasi, yaitu hal-hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan objek.
- 3) Aktivitas, yaitu tingkatan gerak suatu objek.

Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan skala semantic diferensial adalah data interval. Berikut merupakan contoh penggunaan skala *semantic* diferensial :

Sangat Baik	7	6	5	4	3	2	1	Sangat Tidak Baik
-------------	---	---	---	---	---	---	---	-------------------

## 2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature* atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi perpustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu *literature-literature*, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

### 3.5 Teknik Pengolahan Data

Pada sub teknik pengolahan data ini menguraikan metode-metode analisis yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Metode analisis data sangat tergantung pada jenis penelitian dan metode

penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data diikuti dengan pengujian hipotesis penelitian.

### 3.5.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2013:200) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan *valid*, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak *valid*.

Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\}\{n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan :

$r$  = Nilai korelasi *pearson*

$X$  = Skor item pertanyaan

$Y$  = Skor total item pertanyaan lainnya dalam satu variabel

$n$  = Jumlah sampel (responden)

$\sum X$  = Jumlah hasil pengamatan variabel  $X$

$\sum Y$  = Jumlah hasil pengamatan variabel  $Y$

$\sum XY$  = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel  $X$  dan  $Y$

$\sum X^2$  = Jumlah dari hasil pengamatan variabel  $X$  yang telah dikuadratkan

$\sum Y^2$  = Jumlah dari hasil pengamatan variabel  $Y$  yang telah dikuadratkan

Setelah angka korelasi diketahui, kemudian dihitung nilai  $t$  dari  $r$  dengan rumus :

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

Setelah itu, dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , berarti data tersebut signifikan (valid) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Sebaliknya bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , berarti data tersebut tidak signifikan (tidak valid) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian.

Pernyataan-pernyataan yang valid selanjutnya dilakukan uji reliabilitas.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul Item - Total Statistik. Menilai valid tidaknya masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai  $r_{hitung}$  yang merupakan nilai dari *Corrected item-Total Correlation*  $> 0,30$ .

### 3.5.1.1 Uji Validitas Variabel Lokasi

Variabel lokasi ( $X_1$ ) diukur dengan 6 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Berdasarkan tabel 3.3 di bawah ini, kuesioner mengenai lokasi yang telah disebar oleh peneliti terdiri dari 6 item pernyataan, hasil pernyataan kuesioner tersebut dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yaitu 0,3.

Hal ini dapat diartikan seluruh item pernyataan yang diberikan kepada responden sudah tepat untuk mengukur variabel lokasi ( $X_1$ ). Berikut adalah hasil

uji validitas untuk variabel lokasi ( $X_1$ ) :

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi ( $X_1$ )**

Variabel	No. Item	Koefisien Validitas	r table	Keterangan
Lokasi	1	0,668	0,300	Valid
	2	0,761	0,300	Valid
	3	0,787	0,300	Valid
	4	0,471	0,300	Valid
	5	0,627	0,300	Valid
	6	0,647	0,300	Valid

Sumber: Hasil diolah peneliti (2018)

Pada tabel 3.3 dapat dilihat seluruh pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel memiliki koefisien validitas yang lebih besar dari titik kritis yakni 0,300 sehingga seluruh pernyataan tersebut dinyatakan valid.

### 3.5.1.2 Uji Validitas Variabel Promosi

Variabel Promosi ( $X_2$ ) diukur dengan 15 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Berdasarkan tabel 3.4 di bawah ini, kuesioner mengenai promosi ( $X_2$ ) yang telah disebar oleh peneliti terdiri dari 15 item pernyataan, hasil pernyataan kuesioner tersebut dinyatakan valid karena nilai r.hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r.tabel yaitu 0,3. Hal ini dapat diartikan, seluruh item pernyataan yang diberikan kepada responden sudah tepat untuk mengukur variabel promosi ( $X_2$ ) .

Berikut adalah hasil uji validitas untuk variabel promosi ( $X_2$ ):

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X<sub>2</sub>)**

Variabel	No. Item	Koefisien Validitas	r.tabel	Keterangan
Promosi (X <sub>2</sub> )	1	0,479	0,300	Valid
	2	0,412	0,300	Valid
	3	0,495	0,300	Valid
	4	0,563	0,300	Valid
	5	0,590	0,300	Valid
	6	0,744	0,300	Valid
	7	0,804	0,300	Valid
	8	0,831	0,300	Valid
	9	0,569	0,300	Valid
	10	0,677	0,300	Valid
	11	0,977	0,300	Valid
	12	0,831	0,300	Valid
	13	0,569	0,300	Valid
	14	0,677	0,300	Valid
	15	0,738	0,300	Valid

Sumber: Hasil diolah peneliti (2018)

Berdasarkan Tabel 3.4, maka kuesioner mengenai promosi yang telah disebarakan oleh peneliti yang terdiri dari 15 item pernyataan, hasil pernyataan kuesioner tersebut dinyatakan valid karena nilai r.hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r.tabel yaitu 0,3. Hal ini dapat diartikan, seluruh item pernyataan yang diberikan kepada responden sudah tepat untuk mengukur variabel promosi.

### 3.5.1.3 Uji Validitas Variabel Proses Keputusan Pembelian

Variabel proses keputusan pembelian (Y) diukur dengan 5 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Berdasarkan tabel 3.5 di bawah ini, kuesioner mengenai proses keputusan pembelian (Y) yang telah disebarakan oleh peneliti terdiri dari 5 item pernyataan, hasil pernyataan kuesioner tersebut dinyatakan valid karena nilai r.hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r.tabel yaitu 0,3. Hal ini dapat diartikan, seluruh item pernyataan yang diberikan kepada responden sudah tepat untuk mengukur variabel proses keputusan pembelian (Y) Berikut adalah hasil uji validitas untuk variabel proses keputusan pembelian (Y).

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Proses Keputusan Pembelian (Y)**

Variabel	No. Item	Koefisien Validitas	r.tabel	Keterangan
Proses Keputusan Pembelian	1	0,754	0,300	Valid
	2	0,769	0,300	Valid
	3	0,759	0,300	Valid
	4	0,663	0,300	Valid
	5	0,790	0,300	Valid

Sumber: Hasil diolah peneliti (2018)

Berdasarkan Tabel 3.5, maka kuesioner mengenai proses keputusan pembelian (Y) yang telah disebarakan oleh peneliti yang terdiri dari 5 item pernyataan, hasil pernyataan kuesioner tersebut dinyatakan valid karena nilai r.hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r.tabel yaitu 0,3. Hal ini dapat diartikan, seluruh item pernyataan yang diberikan kepada responden sudah tepat untuk mengukur variabel proses keputusan pembelian (Y).

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2013:110) “Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Penelitian ini menggunakan metode *Split Half* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *Spearman Brown*, dengan cara kerjanya sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan kelompok genap.
3. Korelasi total skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus :

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

Keterangan :

$r$  = Korelasi produk *moment*

$\sum X$  = Jumlah total skor kelompok ganjil

$\sum Y$  = Jumlah total skor kelompok genap

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat total skor kelompok ganjil

$\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat total skor kelompok genap

$\Sigma XY$  = Jumlah perkalian skor jawaban kelompok ganjil dan kelompok genap

Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *spearman brown* sebagai berikut :

$$r_i = \frac{2rb}{1 + rb}$$

Keterangan :

$r_i$  = Reliabilitas *instrument*

$rb$  = Korelasi *product moment* antara kelompok ganjil (belahan pertama) dan kelompok genap (belahan kedua), batas reliabilitas minimal 0,7

Reliabilitas merupakan suatu konsistensi alat ukur dalam menghasilkan data, disebut konstan apabila data hasil pengukuran dengan alat yang sama dan berulang-ulang menghasilkan data yang relatif sama. Pengambilan keputusannya adalah dengan melihat dari nilai *Alpha*, jika nilai *Alpha* > dari nilai *r* Tabel yaitu 0,7 maka dapat dikatakan reliabel dan diperoleh hasil uji reliabilitas, kuesioner masing-masing variabel sebagai berikut :

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Lokasi	0,764	0,7	Reliabel
Promosi	0,751	0,7	Reliabel
Proses Keputusan Pembelian	0,792	0,7	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2018

Dari tabel 3.6 diatas terlihat bahwa nilai reliabilitas kuesioner lokasi ( $X_1$ ) sebesar 0,764 (*Cronbach's-Alpha*) lebih besar dari 0,7. Nilai reliabilitas kuesioner promosi ( $X_2$ ) sebesar 0,751 (*Cronbach's-Alpha*) lebih besar dari 0,7.

Nilai reliabilitas kuesioner proses keputusan pembelian (Y) sebesar 0,792 (*Cronbach's-Alpha*) lebih besar dari 0,7. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan yang digunakan pada setiap variabel lokasi ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), dan proses keputusan pembelian (Y) sudah reliabel sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan sudah memberi hasil yang konsisten

### **3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis**

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan dari setiap item kuesioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *independen* ( $X_1$ ,  $X_2$ ) terhadap variabel *dependen* (Y).

#### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut : Hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (kuesioner/angket). Dimana Lokasi (variabel  $X_1$ ), Promosi (variabel  $X_2$ ) dan Proses Keputusan Pembelian (variabel Y), setiap item dari kuisisioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

Setiap pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (*item* positif) atau tidak mendukung pernyataan (*item* negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif adalah sebagai berikut :

Setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel bebas dan variabel terikat) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif adalah sebagai berikut:

Sangat Baik	7	6	5	4	3	2	1	Sangat Tidak Baik
-------------	---	---	---	---	---	---	---	-------------------

Setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel di atas (variabel bebas dan variabel terikat) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala semantik diferensial.

Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahnya. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya peneliti membuat garis kontinum.

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

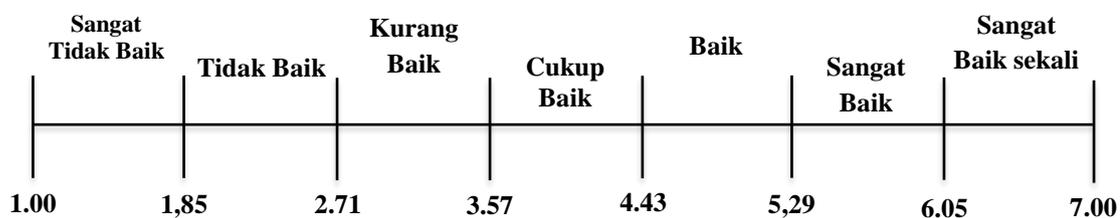
Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut:

- a. Indeks Minimum : 1
- b. Indeks Maksimum : 7
- c. Interval : 7-1 = 6
- d. Jarak Interval : (7-1) : 5 = 1,2

**Tabel 3.7**  
**Kriteria Penilaian**

No	Interval	Kategori
1	1,00 - 2,00	Sangat tidak baik
2	2,00 - 3,00	Tidak baik
3	3,00 - 4,00	Kurang Baik
4	4,00 - 5,00	Cukup Baik
5	5,00 - 6,00	Baik
6	6,00 - 7,00	Sangat Baik
7	7,00 -	Sangat Baik Sekali

Sumber: Sugiono (2013:134)



**Gambar 3.1**  
**Garis Kontinum**

### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode kuantitatif (verifikatif) adalah metode pengolahan data dalam berbentuk angka untuk memudahkan dalam menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2013: 13) menyatakan bahwa “metode kuantitatif merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

#### 3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013:210) menyatakan bahwa “Analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan

berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah”. Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Hubungan antara variabel tersebut dapat dicirikan melalui model matematik yang disebut dengan model regresi. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel  $X_1$  (Lokasi) dan  $X_2$  (Promosi), dan  $Y$  (Keputusan Pembelian). Rumus yang digunakan yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

$Y$	=	Variabel terikat (keputusan pembelian)
$a$	=	Konstanta
$\beta_1, \beta_2$	=	Koefisien regresi
$X_1$	=	Variabel bebas (Lokasi)
$X_2$	=	Variabel bebas (Promosi)
$e$	=	Standar error

### 3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel  $X_1$  (Lokasi) dan  $X_2$  (Promosi), dan  $Y$  (Keputusan Pembelian).

Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut

$$R = \frac{JK_{regresi}}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

- R = Koefisien korelasi berganda  
 $JK_{regresi}$  = Jumlah kuadrat  
 $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat total korelasi

Untuk memperoleh nilai  $JK_{regresi}$  perhitungan dengan menggunakan rumus :

$$JK_{regresi} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

Keterangan :

$$\sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

Untuk memperoleh nilai  $\sum Y^2$  digunakan rumus :

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

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan  $-1 < r < 1$  yaitu :

- Apabila  $r = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan variabel Y
- Apabila  $r = -1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel negatif
- Apabila  $r = 0$ , artinya tidak terdapat korelasi.

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013 :184). Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut

**Tabel 3.8**  
**Koefisien Korelasi**

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:184)

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan  $-1 < R < 1$  yaitu

1. Apabila  $R = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Y$ , semua positif sempurna.
2. Apabila  $R = -1$ , artinya tidak terdapat hubungan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Y$ , semua negatif sempurna.
3. Apabila  $R = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

### 3.6.2.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu :

$$Kd = \beta \times Zero\ Order \times 100\%$$

Keterangan :

$\beta$  = Beta (*nilai standardized coefficients*)

*Zero Order* = Matrix korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

$Kd = 0$ , berarti pengaruh variabel X terhadap Y, lemah

$Kd = 1$ , berarti pengaruh variabel X terhadap Y, kuat

Koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (Lokasi dan Promosi) terhadap variabel Y (Proses Keputusan Pembelian). Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel  $X_1$  dan  $X_2$  (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%).

Rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd=Koefisien determinasi

$R^2$ =Koefisien korelasi ganda

### 3.6.3 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh Lokasi, Promosi, dan Proses Keputusan pembelian. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ), rumus hipotesisnya sebagai berikut:

#### 1. Uji Hipotesis Simultan

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$  : Tidak terdapat pengaruh antara Lokasi ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : \beta_1 \beta_2 \neq 0$  : Terdapat pengaruh antara Lokasi ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y).

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)(n - K - 1)}$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

$K$  = Banyaknya variabel bebas

$N$  = Ukuran sampel

$F_h$  =  $F$  *hitung* yang selanjutnya dibandingkan dengan  $F$  *tabel* ( $n-K-1$ )

= derajat kebebasan

Taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu  $\alpha = 0,05$  atau 5%.

Selanjutnya hasil hipotesis  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_a$  diterima (signifikan).
2. Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel} \rightarrow H_a$  ditolak (tidak signifikan).

## 2. Uji Hipotesis Parsial

Uji T digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji T dilaksanakan dengan membandingkan nilai  $T_{hitung}$  dengan nilai  $T_{tabel}$ . Nilai  $T_{hitung}$  dapat dilihat dari hasil pengolahan data *coefficients*. Berikut ini adalah langkah-langkah dengan menggunakan uji T :

- a.  $H_0 : \beta_1 = 0$  : Tidak terdapat pengaruh Lokasi ( $X_1$ ) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) konsumen di *Clothing Scooter Scoot Bandung*.

- $H_a : \beta_1 \neq 0$  : Terdapat pengaruh Lokasi ( $X_1$ ) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) konsumen di *Clothing Scooter Scoot Bandung*.
- b.  $H_0 : \beta_2 = 0$  : Tidak terdapat pengaruh Promosi ( $X_2$ ) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) konsumen di *Clothing Scooter Scoot Bandung*.
- $H_a : \beta_2 \neq 0$  : Terdapat pengaruh Promosi ( $X_2$ ) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) konsumen di *Clothing Scooter Scoot Bandung*.

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

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- r = Nilai korelasi parsial
- k ( kelas) = Subvariabel

Taraf nyata yang digunakan adalah  $\alpha = 0,05$  atau 5%. Nilai  $T_{hitung}$  dibandingkan dengan  $T_{tabel}$  dan ketentuannya sebagai berikut :

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

### 3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden

untuk dijawab. Kuesioner berupa garis kontinum di mana jawaban yang sangat positif terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak di bagian kiri garis atau sebaliknya, dengan berpedoman pada skala semantik diferensial di mana setiap jawaban akan diberikan skor dengan kriteria:

Sangat Baik	7	6	5	4	3	2	1	Sangat Tidak Baik
-------------	---	---	---	---	---	---	---	-------------------

### **3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di *Clothing Scooter Scoot* Bandung yang berlokasi di Jalan Kolonel Masturi No 134/144, Citeureup Cimahi Utara, Kota Cimahi, Bandung, Jawa Barat 40511.