

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan salah satu cara yang ditempuh untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah mengungkapkan, menggambarkan, menyimpulkan hasil pemecahan masalah melalui cara tertentu sesuai dengan prosedur penelitiannya. Metode penelitian ini akan mengarahkan penelitian pada tujuan tertentu. Penelitian yang akan dilakukan di Toserba Borma Padalarang. Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016:2). Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Penelitian deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor satu sampai tiga. Pertama, bagaimana tanggapan konsumen mengenai keragaman produk di Toserba Borma Padalarang. Kedua, Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga di Toserba Borma Padalarang. Ketiga, Bagaimana keputusan pembelian Toserba Borma Padalarang. Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2016:53) merupakan suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan akan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Metode penelitian verifikatif digunakan untuk mengetahui dan menjawab rumusan masalah nomor empat yaitu seberapa besar pengaruh keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Toserba Borma Padalarang. Metode

verifikatif menurut Sugiyono (2016:11) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Mengingat sifat penelitian adalah deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, maka peneliti melakukan teknik observasi pada objek penelitian, teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian, Juliansyah Noor (2013:140).

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Bagian ini akan menjelaskan mengenai definisi dan ukuran yang digunakan untuk setiap variabel baik variabel independen dan dependen disertai dengan pengukuran dari variabel tersebut untuk kemudian dioperasionalkan.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2016:38). Variabel tersebut berupa variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2016:59) yang dimaksud variabel bebas adalah Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). berdasarkan judul penelitian, maka dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang digunakan yaitu keragaman produk, harga dan keputusan pembelian.

1. Variabel Independen merupakan variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sugiyono (2016:59). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Keragaman Produk (X1) dan Harga (X2).

a. Keragaman produk (X1)

Keragaman produk adalah Macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari model, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat. Semakin beragamnya jumlah dan jenis produk yang dijual di suatu tempat maka konsumen pun akan merasa puas jika ia melakukan pembelian di tempat tersebut. Kotler & Keller dalam Bob Sabran (2015:358), James F. Engels dalam Farli Liwe (2015:209), Utami (2013:258).

b. Harga (X2)

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu manfaat atas barang atau jasa baik yang bisa dimiliki maupun digunakan fungsinya karena dimata konsumen harga merupakan atribut penting yang dievaluasi yang merangkap dengan nilai sosial non keuangan yang harus dikorbankan dan bagi perusahaan peran harga dapat membentuk sikap konsumen. Kotler & Armstrong dalam Bob Sabran(2016:410), Santon dalam Rosvita (2013:24), Kotler & Keller (2013:63).

2. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang terjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Sugiyono (2016:59). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang akan membuat konsumen secara aktual mempertimbangkan segala sesuatu dan pada akhirnya konsumen membeli. Benyamin Molan (2016:196), Kotler dan Keller (2016:178), Kotler dan Armstrong (2014:226)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Suatu penelitian dengan menggunakan suatu variabel perlu diperhatikan indikator dan ukurannya agar memudahkan dalam melakukan penelitian itu sendiri. Dimana pada tabel operasionalisasi variabel terdiri dari variabel yang diteliti, definisi variabel, dimensi, indikator, ukuran, skala dan nomor keterangan yang nantinya akan dikembangkan untuk pemuatan kuesioner. Agar lebih jelas tentang operasional variabel maka penulis sajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Nk
Keragaman Produk (X1) Macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari model, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat. Semakin beragamnya	Lebar Produk	Toserba Borma menawarkan produk yang lengkap	Tingkat kelengkapan produk	Ordinal	1
		Setiap lini di Toserba Borma terdapat jenis	Tingkat jenis produk berbeda pada lini di	Ordinal	2

<p>jumlah dan jenis produk yang dijual di suatu tempat maka konsumen pun akan merasa puas jika ia melakukan pembelian di tempat tersebut</p> <p>Kotler & Keller dalam Bob Sabran (2015:358), James F. Engels dalam Farli Liwe (2015:209), Utami (2013:258)</p>		produk yang berbeda	Toserba Borma		
	Panjang Produk	Toserba Borma memiliki jumlah produk yang sangat banyak	Tingkat jumlah produk yang ditawarkan	Ordinal	3
		Toerba Borma menawarkan Produk yang lengkap di setiap lini	Tingkat penawaran produk yang lengkap di setiap lini	Ordinal	4
	Kedalaman Produk	Toserba Borma menawarkan macam-macam varian rasa dari setiap produk	Tingkat penawaran macam-macam varian rasa dari setiap produk	Ordinal	5
		Toserba Borma menawarkan macam-macam varian ukuran dari setiap produk	Tingkat penawaran ukuran yang bermacam-macam dari setiap produk	Ordinal	6
	Konsistensi Produk	Toserb Borma selalu memberikan Kemudahan untuk mendapatkan produk	Tingkat kemudahan mendapatkan produk	Ordinal	7
		Produk yang ditawarkan Toserba Borma sealu ada	Tingkat produk yang diwarkan selalu ada	Ordinal	8
	Kualitas Produk	Toserba Borma menawarkan produk yang berkualitas	Tingkat penawaran produk yang berkualitas	Ordinal	11
		Toserba Borma menawarkan	Tingkat penawaran	Ordinal	12

		produk yang berbeda dari yang lain	produk yang bagus		
<p style="text-align: center;">Harga (X2)</p> <p>Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu manfaat atas barang atau jasa baik yang bisa dimiliki maupun digunakan fungsinya karena dimata konsumen harga merupakan atribut penting yang dievaluasi yang merangkap dengan nilai sosial non keuangan yang harus dikorbankan dan bagi perusahaan peran harga dapat membentuk sikap konsumen.</p> <p>Kotler & Armstrong dalam Bob Sabran(2016:410)</p> <p>Santon dalam Rosvita (2013:24)</p> <p>Kotler & Keller (2016:63)</p>	Keterjangkauan harga	Toserba Borma menawarkan harga yang terjangkau	Tingkat penawaran harga produk yang terjangkau	Ordinal	13
		Toserba Borma menawarkan harga yang murah	Tingkat harga yang murah	Ordinal	14
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Toserba Borma menawarkan produk berkualitas sesuai dengan harga	Tingkat penawaran produk berkualitas yang sesuai dengan harga	Ordinal	15
		Toserba borma menawakan harga yang sebanding dengan kualitas	Tingkat harga dibanding dengan kualitas	Ordinal	16
	Kesesuain harga dengan manfaat	Produk Toserba Borma memiliki manfaat yang baik sesuai dengan harga yang ditawarkan	Tingkat manfaat produk yang baik sesuai dengan harga	Ordinal	17
		Produk toserba Borma menawarkan harga yang sesuai dengan manfaat	Tingkat penawaran harga yang sesuai dengan manfaat	Ordinal	18
	Daya saing harga	Toserba Borma menawarkan harga yang bersaing	Tingkat penawaran harga yang bersaing	Ordinal	19

		Toserba Borma menawarkan produk yang lebih murah dari pesaing	Tingkat harga yang lebih murah dengan pesaing	Ordinal	20
	Diskon	Toserba Borma selalu memberikan harga diskon	Tingkat selalu memberikan harga diskon	Ordinal	21
		Toserba Borma selalu memberikan informasi mengenai harga diskon	Tingkat selalu memberikan informasi mengenai harga diskon	Ordinal	22
<p>Keputusan Pembelian (Y)</p> <p>Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang akan membuat konsumen secara aktual mempertimbangkan segala sesuatu dan pada akhirnya konsumen membeli.</p> <p>Benyamin Molan (2016:196)</p> <p>Kotler dan Keller (2016:178)</p> <p>Kotler & Armstrong (2014:226)</p>	Pemilihan produk	Produk yang butuhkan selalu ada di Toserba Borma	Tingkat produk yang dibutuhkan selalu ada	Ordinal	23
		selalu memilih produk tertentu di toserba borma	Tingkat pemilihan produk tertentu di Toserba Borma	Ordinal	24
	Pemilihan merek	selalu membeli merek produk yang ada di Toserba Borma	Tingkat pembelian merek produk	Ordinal	25
		Merek yang diinginkan selalu ada di Toserba Borma	Tingkat merek yang di inginkan selalu ada	Ordinal	26
	Pemilihan penyalur	Selalu memilih Toserba Borma untuk berbelanja	Tingkat pemilihan Toserba Borma untuk berbelanja	Ordinal	27
		Toserba Borma adalah	Tingkat Toserba Borma	Ordinal	28

		penyalur yang murah	adalah penyalur yang murah		
Waktu pembelian		Sering melakukan pembelian di Toserba Borma	Tingkat sering melakukan pembelian di Toserba Borma	Ordinal	29
		Selalu melakukan pembelian di Toserba Borma dengan waktu yang lama	Tingkat Selalu melakukan pembelian di Toserba Borma dengan waktu yang lama	Ordinal	30
Jumlah pembelian		Selau melakukan pembelian banyak di Toserba Borma	Tingkat Selau melakukan pembelian banyak	Ordinal	31
		Selalu Melakukan pembelian lebih di Toserba borma	Tingkat selalu melakukan pembelian lebih	Ordinal	32
Metode pembayaran		Toserba borma selalu memberikan kemudahan pembayaran pada saat membayar	Tingkat kemudahan melakukan pembayaran	Ordinal	33
		Metode pembayaran di Toserba Borma sangat cepat	Tingkat pembayaran yang sangat cepat	Ordinal	34

Sumber : Pengolahan data penulis 2018

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Setiap penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi peneliti dapat melakukan pengolahan data. Dengan mempermudah penelitian pun ada yang disebut sampel yaitu bagian dari populasi. Sampel sangat membantu peneliti, peneliti tidak perlu meneliti secara keseluruhan pengunjung cukup hanya sebagian pengunjung saja.

3.3.1 Populasi

Populasi harus mempunyai karakteristik yang sama dengan objek inferensi. Menurut Sugiono (2013: 117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah transaksi konsumen Toserba Borma Padalarang yang penulis sajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. 2
Jumlah Transaksi Konsumen Toserba Borma Padalarang

Bulan	Transaksi
Januari	1.587
Februari	1.676
Maret	1.456
April	1.553
Mei	1.493
Juni	1.338
Juli	1.420
Agustus	1.383
September	1.390
Jumlah	13.296
Rata-rata	1.477

Sumber : Toserba Borma Padalarang 2018

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 di ambil harus dapat mewakili populasi penelitin.

Anggota sampel yang tepat digunakan menurut Sugiyono (2016:118) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan sebaliknya. Kesimpulan sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi konsumen Toserba Borma Padalarang.

Pada penelitian ini, pengambilan jumlah responden menggunakan rumus slovin. Sampel yang digunakan oleh peneliti dengan persentasi kelonggaran ketidak telitian adalah sebesar 10%. Penentuan ukuran sampel responden menggunakan Slovin, yang di tunjukan sebagai beriku:

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Tingkat kesalahan yang ditoleransi

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut.

$$n = \frac{1.477}{1 + 1.477 (0,1)^2} = 93,65/94 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang harus diteliti adalah 94 orang dengan tingkat kelonggaran/kesalahan sebesar 10%.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik ini merupakan penelitian sampel, karena penulis hanya akan meneliti sebagian dari populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sugiyono (2016 : 118). Dinamakan penelitian sampel jika kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel. Menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan sebagai sesuatu yang berlaku bagi populasi. Menurut Sugiyono (2016 : 62) Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Metode sampling yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode no probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling accidental, dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data Sugiyono (2016:62).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Kualitas instrument penelitian (validitas dan reliabilitas) dan kualitas pengumpulan data (cara yang digunakan untuk mengumpulkan data) adalah hal penting dalam penelitian untuk menghasilkan kualitas data penelitian yang baik.

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

1. Penelitian Lapangan

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung. Peneliti melakukan suatu pengamatan langsung dan mempelajari hal – hal yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti di lokasi penelitian yaitu di Toserba Borma Padalarang.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan Tanya jawab kepada Manajer Toserba Borma Padalarang. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan tehnik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen Toserba Borma Padalarang. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pertanyaan pendapat konsumen mengenai keragaman produk, harga dan keputusan pembelian konsumen Toserba Borma Padalarang.

2. Penelitian Kepustakaan

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu dengan membaca dan mengumpulkan data-data teoritis melalui buku-buku, tulisan ilmiah, literature, serta catatan-catatan perkuliahan yang bersangkutan dengan masalah-masalah yang akan dibahas, sehingga diperoleh landasan yang akan digunakan dalam pemecahan masalah tersebut.

b. Jurnal

Jurnal yaitu data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian.

c. Internet

Internet yaitu dengan cara mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya ilmiah.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Bila variabel penelitiannya lima, maka jumlah instrumen yang digunakan untuk penelitian juga lima. Instrumen – instrumen penelitian sudah ada yang dibakukan, tetapi masih ada yang harus dibuat peneliti sendiri. Karena instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala. Metode kuantitatif ini menggunakan skala *Rating scale*. *Rating scale* adalah data mentah yang diperoleh berupa angka

kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif (Sugiyono, 2016:139). Responden menjawab, senang atau tidak senang, setuju atau tidak setuju, pernah atau tidak pernah adalah merupakan data kualitatif. Dalam skala model rating scale, responden tidak akan menjawab salah satu jawaban kuantitatif yang telah disediakan. Oleh karena itu *rating scale* ini lebih fleksibel, tidak terbatas untuk pengukuran sikap saja tetapi untuk mengukur persepsi responden terhadap fenomena lainnya, seperti skala untuk mengukur status sosial ekonomi, kelembagaan, pengetahuan, kemampuan, proses kegiatan, dan lain – lain. Yang penting bagi penyusun instrument dengan *rating scale* adalah harus dapat mengartikan setiap angka yang diberikan pada alternative jawaban pada setiap instrumen. Orang tertentu memilih jawaban angka 2, tetapi angka 2 oleh orang tertentu belum tentu sama maknanya dengan orang lain yang juga memilih jawaban dengan angka 2.

Keberhasilan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, alat pengukuran tersebut yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pemberian pertanyaan – pertanyaan kepada responden untuk membantu penulis melakukan penelitian. Untuk menguji keberhasilan tersebut diperlukan dua macam pengujian, yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji Reliabilitas (*test of reliability*).

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pernyataan untuk mengukur variabel yang diteliti, sebelumnya harus dilakukan uji validitas dan realibilitas. Bila instrument atau alat ukur tersebut tidak valid dan reliable, maka tidak akan diperoleh hasil penelitian yang baik.

3.5.1.1 Uji Validitas

Hasil penelitian dikatakan valid apabila kesamaan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur itu valid). Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sugiyono (2016:200).

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor butir dengan skor totalnya. Selanjutnya dalam mencari nilai korelasi maka metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_b = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_b = Korelasi *Product Moment*

n = Banyaknya pasangan data X dan Y

ΣX = Jumlah dari variabel X

ΣY = Jumlah dari variabel Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat total variabel X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total variabel Y

ΣXY = Jumlah perkalian total variabel X dan variabel Y

Dasar mengambil keputusan:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Sugiyono (2016:79) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 ke atas. Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi di bawah 0,3 harus diperbaiki atau dibuang karena dianggap tidak valid. Jika instrument itu valid, maka dilihat kriteria mengenai interpretasi koefisien korelasi (Sugiyono, 2016:250) sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Interprestasi 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 (2016:250)

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas diterjemahkan dari kata reliability yang berarti hal yang dapat dipercaya. Sebuah tes dikatakan mempunyai reliabilitas yang tinggi jika tes tersebut memberikan data hasil yang tetap walaupun diberikan pada waktu yang berbeda kepada responden yang sama. Hasil tes yang tetap atau seandainya berubah maka

perubahan itu tidak signifikan maka tes tersebut dikatakan reliabel. Maka dari itu reliabilitas sering disebut dengan keterpercayaan, keterandalan, ketetapan, kestabilan dan sebagainya. Reliabilitas menyangkut masalah ketepatan alat ukur.

Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan tidak memenuhi, maka tidak perlu diteruskan untuk di uji reliabilitas. Menurut Sugiyono (2016:173), reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu. Pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan jika hasil pengukuran yang dilakukan relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah split-half method (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pertanyaan genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus spearman brown, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut:

- a. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan II
- b. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan II
- c. Korelasi skor kelompok I dan kelompok II dengan rumus:

$$r = \frac{n(\Sigma AB) - (\Sigma A)(\Sigma B)}{\sqrt{((n\Sigma A^2 - (\Sigma A)^2)(n\Sigma B^2 - (\Sigma B)^2))}}$$

Keterangan

r = Koefisien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

- d. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus *Spearman Brown* sebagai berikut:

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan :

r = Nilai reliabiliras

r_b = Korelasi *pearson product moment* antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen, maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:

- a. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b. Bila $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel

Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui

koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka keseluruhan pernyataan dapat dikatakan reliabel atau dapat diandalkan.

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal, karena datanya kuantitatif, maka metode analisis data menggunakan metode statistic yang sudah tersedia (Sugiyono, 2016:243).

Semua data selesai dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul, maka dalam suatu penelitian kuantitatif langkah yang harus dilakukan selanjutnya adalah menganalisis data. Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Peneliti selesai mengumpulkan data, langkah selanjutnya adalah menentukan alat yang akan digunakan untuk memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diteliti. Alat yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Penulis menggunakan skala likert sebagai acuan dalam penyusunan kuesioner yang disebarkan kepada responden. Variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator variabel tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif, data penelitian yang diperoleh berbentuk ordinal, yaitu data yang berbentuk ranking atau peringkat. Data yang

digunakan mempunyai bobot nilai 5-4-3-2-1 (5) sangat setuju, (4) setuju, (3) kurang setuju, (2) tidak setuju, dan (1) sangat tidak setuju.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Statistik yang digunakan adalah rata-rata (*mean*), median, modus, standar deviasi dan lain-lain. Variabel penelitian ini adalah mengenai citra merek, harga dan kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *likert*, karena skala *likert* umum digunakan dalam kuesioner dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam suatu penelitian. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut dengan variable penelitian. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative. Terdapat lima (5) kategori pembobotan dalam skala *likert* ialah sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Skala Likert Dengan Lima Pilihan Jawaban

Alternatif Jawaban	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Nilai Jawaban	5	4	3	2	1

Sumber :Sugiyono (2016:137)

Dalam operasionalisasi variabel, semua variabel diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala *likert*. Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah selanjutnya hitung rata-rata dari setiap indikator tersebut.

Setelah nilai rata-rata, maka jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan berdasarkan tabel 3.3 kemudian peneliti membuat garis kontinum.

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

Keterangan :

Nilai tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Rentang skor = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Maka dapat kita tentukan kategori skala sebagai berikut:

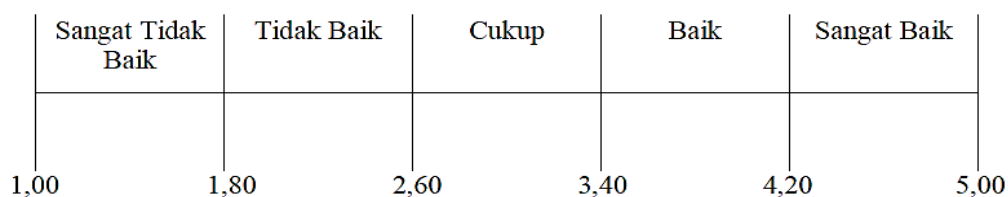
- a. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat tidak baik
- b. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak baik
- c. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Kurang baik
- d. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Baik
- e. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat baik

Tabel 3. 5
Kategori Skala

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Tidak Baik
1,81	2,60	Tidak Baik
2,61	3,40	Kurang Baik
3,41	4,20	Baik
4,21	5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2016:94)

Berikut adalah garis kontinum yang digunakan untuk memudahkan peneliti melihat kategori penilaian mengenai variabel yang diteliti :



Sumber: Sugiyono (2016:95)

Gambar 3. 1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis statistic verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Sugiyono (2016:54) metode verifikatif digunakan untuk mengetahui dan menguji kebenaran hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut : Seberapa besar pengaruh keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Toserba Borma Padalarang. Dalam menggunakan analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut ini :

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk memprediksi berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Dikatakan regresi berganda karena jumlah variabel independennya lebih dari satu (Sugiyono, 2016:333). Mengingat dalam penelitian ini variabel X memiliki 2 (dua) predicator, maka digunakan persamaan regresi linier berganda dengan rumus berikut:

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

A = Bilangan Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefesien/arah garis

X_1 = Keragaman Produk

X_2 = Harga

3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda bertujuan untuk mengukur derajat hubungan atau kekuatan antara variabel X_1 , X_2 , Y. Rumus korelasi berganda adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{JK(\text{regresi})}{\Sigma Y^2}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien korelasi berganda

$JK_{(reg)}$ = jumlah kuadrat regresi

ΣY^2 = jumlah kuadrat total korelasi

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < R < 1$ dan harga untuk masing-masing nilai R adalah sebagai berikut :

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.
2. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

3. Apabila R berada diantara -1 dan 1, maka tanda negatif (-) menyatakan adanya korelasi tidak langsung atau korelasi negative. Dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016:184). Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 6
Koefisien Korelasi

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

Sumber : Sugiyono (2016:184)

3.7 Uji Hipotesis Simultan dan Parsial

Pengujian hipotesis yang di maksud dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh keragaman produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) baik secara Simultan maupun Parsial. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Uji hipotesis ini dirumuskan dengan Hipotesis nol (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_a), rumus Hipotesisnya sebagai berikut.

3.7.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F (Simultan) digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan secara keseluruhan yaitu melalui variabel independent terhadap variabel dependent. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan oleh penulis sebagai berikut.

- a. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara variabel Keragaman Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian.

$H_a : \beta_1\beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh antara variabel Keragaman Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian.

- b. Menentukan tingkat signifikansi, yaitu 5% atau 0,05 dan derajat bebas (db) = $n - k - 1$, untuk mengetahui daerah F_{tabel} sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.
- c. Menghitung nilai F_{hitung} untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

R^2 : koefisien korelasi ganda yang telah banyak ditentukan

K : banyaknya variabel bebas

N : ukuran sampel

F : F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} ($n-k-1$) = derajat kebebasan.

- d. Dari perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut dk ($n-k-1$) dengan ketentuan sebagai berikut:

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_a$ diterima (signifikan)

Tolak H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel} \rightarrow H_a$ ditolak (tidak signifikan)

3.7.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Langkahnya sebagai berikut :

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak ada pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian
- b. $H_a : \beta_1 \neq 0$: Ada Pengaruh keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.
- c. $H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.
- d. $H_a : \beta_2 \neq 0$: Ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji T dengan taraf signifikan 5%, adapun rumus sebagai berikut :

$$t = r \sqrt{\frac{n - (k + 1)}{1 - r^2}}$$

Keterangan :

- n : jumlah sampel
 r : nilai korelasi parsial
 k : sub variabel

Setelah pengujian dilakukan, maka hasil pengujian t_{hitung} dibandingkan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} >$ maka H_0 ditolak.

Jika $t_{hitung} <$ maka H_0 diterima.

3.7.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel Keragaman Produk dan Harga (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang dinyatakan dengan persentase, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Kd : koefisien determinasi

R^2 : besarnya koefisien korelasi ganda

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah
- b. Jika Kd mendekati (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

Analisis koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X1, X2 terhadap variabel Y secara parsial.

Untuk mencari besarnya koefisien determinasi secara parsial dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan :

β = Standar koefisien beta

Zero Order = Matrik korelasi variabel independen dengan variabel dependen

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

- a. Jika mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independent terhadap dependen lemah.
- b. Jika mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independent terhadap dependen kuat.

3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Skala yang peneliti gunakan yaitu skala *likert*, dalam skala *likert* yang diukur dijabarkan menjadi sub variabel (dimensi) kemudian sub variabel dijabarkan menjadi indikator, lalu dijabarkan dengan ukuran. Ukuran-ukuran ini yang kemudian menjadi bahan penyusunan instrument yang berupa pernyataan.

Dengan menggunakan skala likert setiap jawaban akan diberikan skor dengan kriteria : a=5, b=4, c=3, d=2, e=1, untuk pertanyaan positif. Dan skor dengan kriteria jawaban : a=1, b=2, c=3, d=4, e=5, untuk pertanyaan negatif. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuisisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kergaman produk, harga terhadap keputusan pembelian yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.

3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada bulan Agustus 2018 sampai dengan selesai dan lokasi penelitian di Toserba Borma Padalarang yang terletak di Jl. Raya Padalarang No. 504, Kertamulya, Kabupaten Bandung Barat.

