

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat didalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah.

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode survey. Pengertian Survei yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017:48) adalah “ metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari hipotesis tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan”.

Secara umum metode penelitian pada dasarnya diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Sugiyono (2017:3) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah yang dijelaskan pada bab I yaitu penelitian bersifat deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017: 59) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan variabel yang lain. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah deskriptif yaitu rumusan masalah nomor satu sampai dengan tiga yaitu, yaitu: bagaimana tanggapan penumpang mengenai lokasi pada jasa transportasi Kereta Api Serayu, bagaimana tanggapan penumpang mengenai promosi yang digunakan pada jasa transportasi Kereta Api Serayu, dan bagaimana tanggapan penumpang mengenai keputusan penggunaan jasa transportasi Kereta Api Serayu.

Sedangkan, penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Sugiyono (2017:60). Metode verifikatif ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah pada nomor empat agar mengetahui seberapa besarnya pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi Kereta Api Serayu secara simultan dan parsial.

3.2. Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi variabel dan operasionalisasi variabel penelitian merupakan variabel-variabel yang harus didefinisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian berarti ganda. Definisi variabel juga menjadi batasan sejauh mana variabel penelitian dapat dipahami oleh peneliti. Dengan variabel inilah penelitian bisa diolah sehingga dapat diketahui cara pemecahan masalahnya. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan

variabel seperti konsep variabel, sub variabel, indikator, ukuran dan skala yang ada di dalam masing-masing variabel penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2017:63) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian dapat disesuaikan dengan masalah penelitian. Variabel yang diteliti wajib relevan dengan masalah penelitian, selain relevan variabel penelitian juga harus memenuhi unsur keterhubungan antara variabel yang mempengaruhi dan dipengaruhi.

Penelitian ini memiliki tiga variabel yang akan diuji keterkaitannya, sesuai dengan judul penelitian dimana terdapat dua variabel bebas (independen) yaitu Lokasi (X_1) dan Promosi (X_2) dan variabel terikat (dependen) yaitu keputusan pembelian (Y). Variabel-variabel tersebut dapat di definisikan sebagai berikut:

1. Lokasi (X_1)

Tempat (*place*) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. (Ratih Hurriyati 2015:6)

2. Promosi (X_2)

Promotion mean activities that communicate the merits the product and persuade target customer to buy it. (Kotler dan Armstrong 2018:76)

3. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian diartikan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif. (Schiffman dan Kanuk dalam Sangadji 2013:120)

3.2.2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel digunakan untuk menjabarkan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Untuk mengetahui lebih jelas, maka dapat dilihat pada tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Lokasi (X1) Tempat (<i>place</i>) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.	Akses	Kemudahan lokasi Stasiun untuk dijangkau oleh penumpang	Tingkat kemudahan lokasi Stasiun untuk dijangkau oleh penumpang	Ordinal	1
		Tersedianya transportasi umum menuju lokasi Stasiun	Tingkat ketersediaan transportasi umum menuju lokasi Stasiun	Ordinal	2
	Visibilitas	Kemudahan menemukan lokasi Stasiun	Tingkat kemudahan menemukan lokasi Stasiun	Ordinal	3
		Mudahnya jalan masuk menuju Stasiun	Tingkat kemudahan memasuki jalan masuk menuju Stasiun	Ordinal	4
	Lalu Lintas	Lalu lintas disekitar lokasi Stasiun lancar	Tingkat kelancaran lalu lintas di sekitar Stasiun	Ordinal	5

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
(Ratih Hurriyati 2015:6)		Tersedianya rambu lalu lintas di sekitar lokasi Stasiun	Tingkat ketersediaan rambu lalu lintas di sekitar lokasi Stasiun	Ordinal	6
	Tempat Parkir	Tempat parkir di Stasiun aman	Tingkat keamanan tempat parkir di Stasiun	Ordinal	7
		Tempat parkir di Stasiun luas	Tingkat ketersediaan lahan parkir yang luas di Stasiun	Ordinal	8
Promosi (X2) <i>Promotion mean activities that communicate the merits the product and persuade target customer to buy it.</i> (Kotler dan Armstrong 2018:76)	<i>Advertising</i>	Ketepatan iklan dalam mengajak konsumen untuk menggunakan Kereta Api Serayu dan melakukan pembelian tiket Kereta Api Serayu apabila akan pergi ke Jakarta	Tingkat kemenarikan iklan melalui media cetak maupun media elektronik	Ordinal	9
		Pesan yang disampaikan jelas dan dapat dipahami	Tingkat kejelasan dan dapat dipahaminya isi pesan yang disampaikan pada iklan oleh konsumen	Ordinal	10
	<i>Sales Promotion</i>	Pemberian Voucher setelah melakukan pembelian Tiket Kereta Api Serayu	Tingkat kemenarikan voucher yang diberikan setelah melakukan pembelian Tiket Kereta Api Serayu	Ordinal	11
		Adanya potongan harga/diskon dalam pembelian Tiket Kereta Api Serayu	Tingkat seringnya Kereta Api Serayu dalam memberikan potongan harga/diskon	Ordinal	12
<i>Personal Selling</i>	Ketepatan memberikan pemahaman penumpang terhadap produk	Tingkat kejelasan informasi mengenai produk agar konsumen memahami akan produk	Ordinal	13	

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
	<i>Public Relation</i>	Keramahan pada saat menyampaikan informasi mengenai produk	Tingkat keramahan karyawan dalam menyampaikan informasi kepada penumpang	Ordinal	14
		Ketepatan program yang dilaksanakan Kereta Api Serayu untuk mempengaruhi harapan, pendapat, dan keyakinan akan Kereta Api Serayu	Tingkat daya tarik program yang dilaksanakan Kereta Api Serayu untuk mempengaruhi harapan, pendapat, dan keyakinan akan Kereta Api Serayu	Ordinal	15
		Keikutsertaan Kereta Api Serayu dalam suatu kegiatan (<i>menjadi sponsorship</i>)	Tingkat seringnya Kereta Api Serayu sebagai sponsor dalam suatu kegiatan	Ordinal	16
	<i>Direct and Digital Marketing</i>	Menariknya promosi melalui <i>Direct-Mail</i> dan Seluler yang dilakukan oleh Kereta Api Serayu	Tingkat daya tarik promosi melalui <i>Direct-Mail</i> dan Seluler yang dilakukan oleh Kereta Api Serayu	Ordinal	17
		Menariknya promosi mengenai produk dan fasilitas yang dilakukan pada media sosial yang dikelola langsung oleh Kereta Api Serayu	Tingkat daya tarik promosi menggunakan media sosial yang dikelola langsung oleh Kereta Api Serayu	Ordinal	18
	Keputusan Pembelian (Y)	Pemilihan Produk	Melakukan pembelian tiket Kereta Api Serayu	Tingkat melakukan keputusan pembelian karena fasilitas yang menarik	Ordinal

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Keputusan pembelian diartikan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif. (Schiffman dan Kanuk dalam Sangadji 2013:120)		karena menariknya fasilitas yang ditawarkan			
		Melakukan pembelian tiket Kereta Api Serayu berdasarkan kualitas produk	Tingkat melakukan keputusan pembelian tiket Kereta Api Serayu berdasarkan kualitas produk atau produk yang ditawarkan berkualitas	Ordinal	20
	Pemilihan Merek	Melakukan pembelian karena adanya pengaruh kepopuleran Kereta Api Serayu	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan popularitas	Ordinal	21
		Menggunakan moda transportasi umum Kereta Api Serayu berdasarkan citra Kereta Api Serayu yang baik dibandingkan dengan yang lainnya	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan citra Kereta Api Serayu yang baik dibandingkan dengan yang lainnya	Ordinal	22
	Pemilihan Penyalur	Melakukan pembelian berdasarkan harga yang ditawarkan terjangkau	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan harga yang ditawarkan terjangkau	Ordinal	23
		Melakukan pembelian karena lokasi stasiun yang strategis	Tingkat memutuskan pembelian karena lokasi stasiun yang strategis	Ordinal	24
	Waktu Pembelian	Melakukan pembelian dengan kurun waktu	Tingkat memutuskan pembelian dengan kurun waktu bulanan	Ordinal	25

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
		bulanan			
		Melakukan pembelian secara mendadak	Tingkat memutuskan pembelian secara mendadak	Ordinal	26
	Jumlah Pembelian	Jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	27
		Jumlah pembelian berdasarkan adanya bonus atas produk yang ditawarkan	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan adanya bonus atas produk yang ditawarkan	Ordinal	28
	Metode Pembayaran	Mudahnya metode pembayaran dengan menggunakan aplikasi <i>smartphone</i>	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan kemudahan pembayaran menggunakan aplikasi	Ordinal	29
		Mudahnya pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran lainnya seperti <i>debit/credit card</i>	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan kemudahan pembayaran menggunakan <i>debit/credit card</i>	Ordinal	30

Sumber: Data diolah Peneliti 2019

Berdasarkan tabel 3.1 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 33 pernyataan di dalam rancangan kuesioner sedangkan di bab satu pada kuesioner penelitian pendahuluan terdapat 17 pernyataan. Perbedaan ini dikarenakan pada kuesioner penelitian pendahuluan hanya menggunakan dimensi dan tujuannya untuk menemukan variabel bermasalah yang akan diteliti. Sedangkan dalam rancangan kuesioner yang terdapat di operasionalisasi variabel disusun menggunakan dimensi, indikator, dan alat ukur untuk membentuk rancangan kuesioner, pada

pernyataan di operasionalisasi variabel lebih banyak dibandingkan pernyataan di kuesioner penelitian pendahuluan karena di operasionalisasi variabel peneliti sudah mengetahui variabel yang bermasalah yang diteliti dan di operasionalisasi variabel inilah peneliti lebih memperdalam mengenai rancangan kuesioner yang akan dibagikan kepada responden.

3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Populasi merupakan segala sesuatu yang dapat dijadikan objek penelitian dalam penelitian dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data dan untuk mempermudah pengelolaan data maka peneliti akan mengambil bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel atau dengan kata lain sampel merupakan bagian dari populasi. Penarikan sampel diperlukan apabila populasi yang diambil sangat banyak dan peneliti memiliki keterbatasan untuk menjangkau seluruh populasi. Adanya sampel sangat membantu peneliti sehingga tidak perlu meneliti secara keseluruhan populasi cukup hanya sebagian.

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari sehingga bisa ditarik suatu kesimpulan. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu (Sugiyono:2017:119).

Berkenaan dengan hal tersebut peneliti akan menguraikan objek dalam penelitian ini, yang dimana populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen atau orang yang pernah menggunakan jasa transportasi Umum Kereta Api Serayu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang transportasi Umum Kereta Api Serayu atau yang telah atau pernah menggunakan jasa transportasi Umum Kereta Api Serayu apabila akan pergi ke Jakarta.

Tabel 3.2

Jumlah Penumpang Kereta Api Serayu PP Tahun 2018

Bulan	Jumlah Penumpang
Januari	49.245
Februari	50.719
Maret	51.427
April	51.396
Mei	51.739
Juni	50.340
Juli	64.361
Agustus	55.357
September	54.599
Oktober	50.361
November	53.487
Desember	63.729
TOTAL	646.760

Sumber: Unit Pelayanan dan Komersil PT. KAI Daop 2 Bandung

Berdasarkan tabel 3.2 yang disajikan peneliti pada halaman sebelumnya menunjukkan bahwa populasi yang di teliti dalam penelitian adalah jumlah penumpang Kereta Api Serayu selama satu tahun kebelakang yaitu dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2018 dihasilkan jumlah penumpang sebanyak $646.760 / 12 \text{ bulan} = 53.896$ orang. Jumlah dibagi 12 bulan berdasarkan data yang diperoleh dari Unit Pelayanan dan Komersil PT. KAI Daop 2 Bandung.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili) (Sugiyono, 2017:120).

Khususnya dalam penelitian ini, mengingat jumlah populasi sudah didapatkan untuk menentukan ukuran sampel peneliti menggunakan rumus Slovin (V. Wiratna Sujarweni, 2015: 82), dengan tingkat kesalahan 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir sebesar 10% sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan sebanyak 10%.

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan sebanyak 53.896 orang, maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{53.896}{1+53896 (0,1)^2} = 99,81 \sim 100 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang akan dijadikan ukuran sampel penelitian.

3.3.3. Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2017:121) menjelaskan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, menurut Sugiono (2017:125) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Salah satu teknik *nonprobability sampling* yang digunakan oleh penulis adalah *insidental sampling*. Teknik *Insidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017:126).

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian (V. Wiratna Sujarweni, 2015: 94). Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari literatur seperti buku, jurnal, situs website, majalah ilmiah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti, adapun jenis dari studi kepustakaan yaitu sebagai berikut:

- a. Studi Kepustakaan (*Library Research*), yaitu dengan membaca dan mengumpulkan data-data teoritis melalui buku-buku, tulisan ilmiah, literatur, serta catatan-catatan perkuliahan yang bersangkutan dengan masalah-masalah yang akan dibahas, sehingga diperoleh landasan yang akan digunakan dalam pemecahan masalah tersebut.
- b. Jurnal, yaitu data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian.
- c. Internet, yaitu dengan cara mencari informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya ilmiah.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan adalah suatu metode yang dilakukan oleh peneliti dengan cara pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, adapun jenis dari studi lapangan yaitu sebagai berikut:

- a. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data yang tidak terbatas pada ruang, tetapi juga objek-objek alam lainnya. Peneliti melakukan suatu pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti di lokasi penelitian.
- b. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan responden ataupun pihak perusahaan dengan tujuan memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
- c. Kuesioner, yaitu teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan mengenai hasil pengisiannya akan lebih jelas dan akurat. Daftar pertanyaan mengenai gambaran umum responden, perhatian, dan pendapat mengenai inovasi produk, gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen.

Data-data tersebut sangat penting bagi kelengkapan analisis dari temuan hasil penelitian. Sumber data yang dimaksud adalah buku-buku dari berbagai referensi dan bahan-bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3.5. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen meliputi uji validitas dan reliabilitas. Yang dimaksud dengan uji validitas adalah suatu data yang dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan, sedangkan penggunaan pengujian reliabilitas oleh peneliti adalah untuk menilai konsistensi pada objek dan data, apakah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:168) “Pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti”. Instrumen 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.

Validitas dalam penelitian dijelaskan dalam satu derajat ketepatan pengukuran tentang isi dari pernyataan yang penulis buat. Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien *product moment*. Skor interval dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor interval keseluruhan item, jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut valid, sedangkan jika negatif maka terdapat yang disebut tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuesioner atau digantikan dengan pernyataan perbaikan.

Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *Product Moment*, dengan rumus :

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- x = Skor yang diperoleh dari subjek tiap item
- y = Skor total instrumen
- n = Jumlah responden dalam uji instrumen
- $\sum x$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X
- $\sum y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y
- $\sum xy$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y
- $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor variabel X
- $\sum y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor variabel Y

Uji validitas kuesiponer dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan software SPSS dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan nilai r_{tabel}

Dalam kajian ini, uji validitas kuesioner dilakukan secara satu arah karena hipotesis yang dirumuskan menunjukkan arah positif

2. Mencari r_{hasil}

Nilai r_{hasil} setiap item kuesioner penelitian ini dapat dilihat pada kolom corrected item – total correlation dala hasil pengolahan data menggunakan SPSS. Nilai-nilai tersebut menunjukkan nilai korelasi butir-butir pertanyaan terhadap skor totalnya. Nilai hitung tersebut dibandingkan dengan r_{hasil}

3. Mengambil keputusan

Dasar pengambilan keputusan pengujian hipotesis adalah:

- a. Jika $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$, maka butir variabel dinyatakan valid
- b. Jika $r_{\text{hasil}} < r_{\text{tabel}}$, maka butir variabel dinyatakan tidak valid

Atau menggunakan out off point 0,3 jika nilainya lebih besar dari 0,3 maka dianggap valid (Sugiyono, 2017:161)

3.5.2 Uji Reliabilitas

Maksud dari uji reliabilitas yaitu untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu. Reliabilitas menunjukkan bahwa hasil pengukuran tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2017:168) Instrumen yang *reliable* adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari suatu responden ke responden lain atau dengan kata lain sejauh mana pertanyaan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pertanyaan tersebut (Juanim, 2017:13).

Reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Alpha Cronbach (Ca)* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama 0,70. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan *reliable*. Berikut ini adalah rumus reliabilitas cronbach's alpha:

$$r_{ii} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum t^2$ = Jumlah varian skor setiap item

t^2 = Varian total

Menentukan reliabilitas dari alat ukur dapat dilihat dari nilai alfa, jika nilai alfa lebih besar dari nilai r kritis maka dapat dikatakan reliabel. Jika nilai alfa lebih kecil dari nilai r kritis maka dapat diartikan tidak reliabel dan alat ukur tersebut tidak dapat digunakan atau alat ukur tersebut dapat dibuang.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Penggunaan metode analisis data dan uji hipotesis agar data yang sudah terkumpul dan akan diolah dapat memperoleh hasil maupun kesimpulan yang akurat dalam penelitian ini. Sugiyono (2016:147) mengemukakan bahwa: “Teknik analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan”.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif dan verifikatif, yaitu metode yang bertujuan menggambarkan benar atau tidaknya fakta-fakta yang ada, serta menjelaskan tentang hubungan antar variabel yang diteliti dengan cara dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistic.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Sugiyono (2013:53) mengemukakan bahwa: “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian”. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara aktual dan sistematis. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut: hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan (kuesioner/angket). Dimana variabel Lokasi (X_1), Promosi (X_2), dan keputusan pembelian (Y), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* menurut Sugiyono (2017:158) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penggunaan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana alternatifnya berupa pernyataan.

Dengan demikian, peneliti membuat pernyataan yang digunakan untuk memperoleh data atau keterangan dari responden yang merupakan penumpang dari pengguna jasa transportasi Kereta Api Serayu. Kemudian data yang diperoleh dari hasil kuesioner diberi bobot dalam setiap alternatif jawaban. Dimana jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari

sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pernyataan alternatif sebagai berikut:

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
	Bila Positif	Bila Negatif
SS (Sangat Setuju)	5	1
S (Setuju)	4	2
KS (Kurang Setuju)	3	3
TS (Tidak Setuju)	2	4
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber: Sugiyono (2017:160)

Untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, hitung jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) lalu jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, maka selanjutnya penulis membuat garis kontinum. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya :

$$\sum p = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut ini :

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

Dimana:

Nilai tertinggi : 5

Nilai terendah : 1

Ordinal : $5-4 = 1$

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

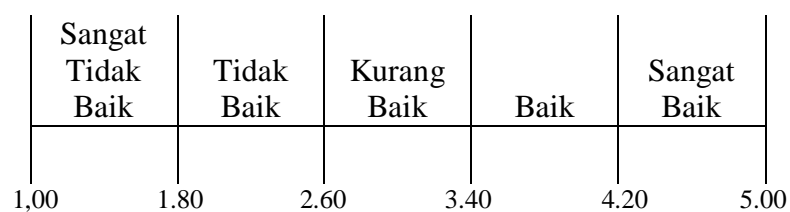
Maka setelah mendapat jarak interval yang telah dihitung sebelumnya, didapat rentang kategori skala yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kategori Skala

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

Sumber:Sugiono (2017:160)

Maka berdasarkan kategori skala yang telah dijelaskan sebelumnya dapat diketahui tendensi sentral atau garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hasil penelitian sebelumnya, sehingga diperoleh hasil yang memperkuat atau menggugurkan teori atau hasil penelitian sebelumnya. Metode kuantitatif (verifikatif) juga merupakan metode pengolahan data dalam berbentuk angka. Selaras dengan pendapat Sugiyono (2016:54) mengemukakan bahwa “Analisis statistik 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”. Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode berikut ini:

3.6.2.1. *Method of Successive Interval (MSI)*

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang didapat masih dalam bentuk skala ordinal. Maka peneliti harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut karena peneliti menggunakan metode analisis linier berganda dalam pengolahan datanya. Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode tersebut, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan menggunakan teknik *Method of Successive Interval (MSI)*. Berikut adalah langkah-langkah *Method of Successive Interval (MSI)* : Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skr 1-5 untuk setiap pernyataan).

1. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.

2. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut proporsi.
3. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
4. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal.
5. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumus berikut.

$$SV = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ under\ upper\ limit) - (Area\ under\ lower\ limit)}$$

Keterangan:

SV (Scale Value) : Rata-rata Interval

Density at lower limit : Kepaduan batas bawah

Density at upper limit : Kepaduan batas atas

Area under upper limit : Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit : Daerah dibawah batas bawah

6. Melakukan transformasi nilai skala dari nilai skala ordinal ke nilai interval dengan rumus:

$$Y = S_{vi} + [SV\ min]$$

Catatan, SV yang nilainya kecil atau harga negatif terbesar diubah menjadi sama dengan satu.

3.6.2.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel (Y). Analisis

regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau perubahan. Dikatakan regresi linier berganda karena jumlah variabel bebas (independen) sebagai prediktor lebih dari satu, maka digunakan persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

a = Bilangan konstanta

b1 dan b2 = Koefisien regresi Lokasi dan Promosi

X1 = Variabel bebas (Lokasi)

X2 = Variabel bebas (Promosi)

e = Error atau faktor gangguan lain

Untuk mendapatkan nilai a, b1 dan b2 dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Sigma Y = an + b1\Sigma X1 + b2\Sigma X2$$

$$\Sigma X1Y = a\Sigma X1 + b1\Sigma X1 + b2\Sigma X1X2$$

$$\Sigma X2Y = a\Sigma X2 + b1\Sigma X1X2 + b2\Sigma X2^2$$

Setelah mendapatkan nilai a, b1 dan b2 maka akan diperoleh persamaan Y.

3.6.2.3. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan antara variabel penelitian yaitu Lokasi (X_1), Promosi (X_2), dan

Keputusan Pembelian (Y). Korelasi yang digunakan adalah korelasi berganda dengan rumus:

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

Dimana:

R = Koefisien korelasi berganda

$JK_{(reg)}$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total dalam bentuk deviasi

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

$$JK_{regresi} = b_1 \sum XY$$

Dimana:

$$\sum X_1Y = JK_{X_1Y} = \sum X_1Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum X_2Y = JK_{X_2Y} = \sum X_2Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

Untuk memperoleh nilai $\sum Y^2$ atau JK_{Y^2} , maka digunakan rumus:

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

Berdasarkan nilai koefisien korelasi R yang diperoleh dapat dihubungkan -

$1 < R < 1$ sedangkan untuk masing-masing nilai R adalah sebagai berikut:

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan variabel X_1, X_2 , dan Y semua positif sempurna.

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

Pengukuran hubungan antara dua variabel untuk masing-masing kasus akan menghasilkan keputusan, hubungan yang sangat kuat, kuat, cukup kuat, rendah, sangat rendah. Penentuan tersebut berdasarkan pada kriteria yang menyebutkan jika hubungan mendekati 1, maka hubungan semakin kuat, sebaliknya jika hubungan mendekati 0, maka hubungan semakin lemah (Juanim, 2018:37). Berikut tabel koefisien korelasi menurut Sugiyono (2017:278).

Tabel 3.5
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Cukup
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017:278)

Berdasarkan Tabel 3.5 merupakan interpretasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variabel-variabel tidak bebas agar dapat diketahui dengan jelas, peneliti menggunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2013:184) agar dapat mengetahui tingkat seberapa kuat hubungan antar variabel-variabel penelitian dengan baik

3.6.3. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2017:64). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh lokasi dan promosi terhadap Keputusan Pembelian secara parsial dan simultan. Untuk menguji hipotesis digunakan Uji T dan Uji F serta didukung dengan nilai Koefisien Determinasi (R^2). Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.6.3.1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F).

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji dilaksanakan dengan langkah membandingkan nilai dari F hitung dengan F tabel. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel terikat. Hipotesis statistik yang diajukan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0,$ Tidak terdapat lokasi dan promosi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Kereta Api Serayu .

$H_0 : \beta_1 \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh lokasi dan promosi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Kereta Api Serayu .

Kedua hipotesis tersebut kemudian diuji untuk mengetahui apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

n = Ukuran sampel

F = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan Ftabel

$(n-k-1)$ = Derajat kebebasan

Berdasarkan perhitungan diatas maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut $(n-k-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima.

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

3.6.3.2. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi

atau tidak. Uji dilaksanakan dengan langkah membandingkan T hitung dengan T tabel. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

H0 : $\beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Kereta Api Serayu .

H1 : $\beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Kereta Api Serayu .

H0 : $\beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Kereta Api Serayu .

H1 : $\beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Kereta Api Serayu .

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji T dengan taraf signifikan 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{rp\sqrt{n-2}}{1-rp}$$

Dimana:

t_{hitung} = Statistik uji korelasi

n = Jumlah sampel

rp = Nilai korelasi parsial

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

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H0 ditolak, H1 diterima.

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

3.6.3.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh variabel X_1 (lokasi) dan variabel X_2 (promosi) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi dilakukan dengan analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (Simultan)

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X_1 (lokasi) dan variabel X_2 (promosi) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) secara simultan dengan rumus berikut ini:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Kuadrat dari koefisien ganda

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Bertujuan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X_1 (lokasi) dan variabel X_2 (promosi) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) secara parsial, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

β = Beta (nilai *standarliezed coefficients*)

Zero Order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila:

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

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

3.7. Rancangan Kuisisioner

Kuesioner merupakan sebuah daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Harapan yang diinginkan melalui penyusunan kuesioner adalah mampu mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Adapun tujuan penyusunan kuesioner guna memperbaiki bagian-bagian yang kurang tepat untuk diterapkan dalam pengambilan data terhadap responden. Kuisisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.

3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di stasiun Kiaracandong yang beralamat di Jl. Jembatan Opat Kebonjayanti 40284, Kebun Jayanti, Kec.Kiaracandong, Bandung, Jawa Barat 40274. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan Februari 2019 sampai dengan selesai.