

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang digunakan

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 Circle K Jalan Tamansari Bandung penelitian mengambil metode kuantitatif. Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013:2). 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 Circle K Jalan Tamansari Bandung Kedua, Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Promosi di Circle K Jalan Tamansari Bandung. Ketiga, Bagaimana keputusan pembelian di Circle K Jalan Tamansari Bandung. Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2008:53) 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 Promosi terhadap keputusan pembelian di Circle K Jalan Tamansari Bandung. 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 (2012:140).

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 pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Sugiyono (2012:58) 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 (2012:59). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Keragaman Produk (X_1) dan Promosi (X_2).

a. Keragaman produk X1

Keragaman produk menurut Kotler dan Keller (2013:358) adalah sebagai berikut *“A product mix (also called a product assortment) is the set of all products and items a particular seller offers for sale”*. Artinya : Bauran produk (juga disebut bermacam-macam produk) adalah rangkaian semua produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu untuk dijual.

b. Promosi X2

Promosi menurut Kotler dan Keller (2016:384) menyatakan Berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau layanan termasuk promosi konsumen (seperti sampel, kupon, dan premi), promosi perdagangan (seperti iklan dan display tunjangan), dan bisnis dan tenaga penjualan promosi (kontes untuk tenaga penjualan).”

2. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang terjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Sugiyono (2012:59). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y) Menurut Kotler & Keller, dapat diartikan oleh Benyamin Molan (2012:196) bahwa Keputusan pembelian adalah perilaku mempelajari seseorang, grup dan organisasi untuk, memilih, membeli, menggunakan dan mengelola produk, jasa, ide maupun pengalaman untuk menemukan apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Suatu penelitian dengan menggunakan suatu variabel perlu diperhatikan indikator dan ukurannya agar memudahkan dalam melakukan penelitian itu

sendiri. Agar lebih jelas, operasionalisasi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel yang disajikan sebagai berikut.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel/Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Keragaman Produk (X₁) Bauran produk (juga disebut bermacam-macam produk) adalah rangkaian semua produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu untuk dijual Kotler dan Keller (2013:358)	Lebar produk	Jenis produk yang di jual setiap lini produk	Tingkat jenis produk yang di jual di setiap lini produk yang berbeda	Ordinal	1
		Kelengkapan lini produk	Tingkat kelengkapan lini Produk dibandingkan perusahaan sejenis	Ordinal	2
	Panjang bauran produk	Total produk yang dijual dalam bauran	Tingkat total produk yang di jual dalam bauran	Ordinal	3
		Kelengkapan jenis produk di setiap lini	Tingkat Ketersediaan ukuran produk	Ordinal	4
	Kedalaman bauran produk	Jenis varian yang ditawarkan masing-masing produk	Tingkat Jenis varian yang ditawarkan masing-masing produk	Ordinal	5
		Ketersediaan ukuran produk	Tingkat Ketersediaan ukuran produk	Ordinal	6

Variabel/Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	Konsistensi bauran produk	Kemudahan mendapatkan produk	Tingkat kemudahan mendapatkan produk	Ordinal	7
		Ketersediaan produk yang dijual	Tingkat Ketersediaan produk yang dijual	Ordinal	8
<p>Promosi (X2) Promosi penjualan merupakan berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau layanan termasuk promosi konsumen (seperti sampel, kupon, dan premi), promosi perdagangan (seperti iklan dan display tunjangan), dan bisnis dan tenaga penjualan promosi (kontes untuk tenaga penjualan).”</p>	Periklanan	Informasi mengenai Circle K melalui media periklanan mudah didapatkan	Tingkat kemudahan mendapatkan informasi	Ordinal	9
	Promosi Penjualan	<i>Cash Back</i>	Tingkat penerimaan <i>Cash Back</i>	Ordinal	10
		Bonus	Tingkat kemenarikan Bonus	Ordinal	11
	Pemasaran Langsung	Produk Circle K mempengaruhi konsumen untuk berbelanja	Tingkat kemenarikan Produk	Ordinal	12
		Internet	Tingkat kemudahan mendapatkan informasi di Internet	Ordinal	13
	Penjualan Pribadi	Penyimpanan informasi Produk	Tingkat kejelasan penyimpanan informasi	Ordinal	14

Variabel/Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kotler dan Keller (2016:405)	Sponsor Acara	Ketepatan pemilihan acara	Tingkat ketepatan Pemilihan acara	Ordinal	15
		Ketepatan Pemilihan <i>Stand</i> pada saat Acara	Tingkat Ketepatan pemilihan acara	Ordinal	16
	Pemasaran Seluler	Aplikasi <i>Smartphon</i>	Tingkat Penggunaan Aplikasi <i>Smartphon</i>	Ordinal	17
	Hubungan Masyarakat	Brosur	Tingkat kemudahan melalui brosur	Ordinal	18
	Pemasaran Media Online dan Sosial	Ketepatan pemilihan sosial media	Tingkat ketepatan pemilihan media sosial	Ordinal	19
Keputusan pembelian (Y) “Proses keputusan pembelian konsumen yaitu proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku, dan memilih salah satu diantaranya”	Pemilihan Produk	Pemilihan produk sesuai dengan kebutuhan	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan produk	Ordinal	20
	Pemilihan Merek	Pemilihan merek di Circle K	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan merek	Ordinal	21
	Pemilihan penyalur	Pemilihan penyalur Circle K berdasarkan desain produk	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan desain produk	Ordinal	22

Variabel/Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kotler dan Keller (2016:201)	Waktu pembelian	Siklus pembelian produk Circle K secara rutin dalam waktu tertentu	Tingkat keputusan pembelian dalam suatu waktu	Ordinal	23
	Jumlah pembelian	Jumlah pembelian produk berdasarkan kebutuhan	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan jumlah kebutuhan	Ordinal	24
	Metode pembayaran	Kemudahan metode pembayaran	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan alat pembayaran yang disediakan	Ordinal	25

Sumber : Data yang diolah oleh peneliti, 2017

3.3 Populasi dan Sampel

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 penelitianpun 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: 115) 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 Circle K Jalan Tamansari, Coblong Bandung yang penulis sajikan pada halaman selanjutnya.

Tabel 3.2
Jumlah Transaksi Pengunjung Circle K Cabang Tamansari Bandung
triwulan 4 2016- triwulan 1 dan 2 2017

Bulan	Transaksi
Oktober	7.525
November	7.140
Desember	6.767
Januari	6.644
Februari	8.396
Maret	9.171
April	7.725
Mei	6.789
Juni	6.693
Rata - Rata	7428
Jumlah	66.850

Sumber : Circle K Jalan Tamansari Bandung.

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 penelitian.

Anggota sampel yang tepat digunakan menurut Sugiyono (2013:118) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yangb 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 Circle K Jalan Tamansari, Coblong Bandung.

Pada penelitian ini, pengambilan jumlah responden menggunakan rumus slovin Husein Umar (2008:78) sampel yang digunakan oleh peneliti dengan persentasi kelonggaran ketidak telitian adalah sebesar 10%

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

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Populasi

e : Tingkat kelonggaran ketidaksesuaian pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diingiinkan

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut penulis sajikan pada halaman selanjutnya.

$$n = \frac{7428}{7428(0,1)^2 + 1} = 98,67 \text{ orang}$$

Jadi diketahui perhitungan untuk sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 99 orang.

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 (2012 : 118). Dinamakan

penelitian sampel jika kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel. Menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan sebagai sesuatu yang berlaku bagi populasi. Menurut Sugiyono (2012 : 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 (2012:62).

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 survey lapangan yang ada hubungan 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 Manajer Circle K. 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 Circle K Jalan Tamansari Bandung. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai keragaman produk, harga dan keputusan pembelian konsumen Circle K Jalan Tamansari Bandung.

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 Metode Analisis yang digunakan

Dalam penelitian ini metode analisis data yang akan dipakai adalah metode kuantitatif. Karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode

positivistic karena berlandaskan pada filsafah positivism. Digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sugiyono (2012 : 12).

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. (Juliansyah Noor, 2012:130).

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 (2008 : 172).

Mencari nilai validitas dari semua item, kita akan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total item-item dari variabel tersebut. Item-item tersebut jika korelasinya sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi apabila nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasinya penulis menggunakan rumus *Pearseon Product Moment*. Sugiyono (2012 : 284) dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i x_{tot} - (\sum x_i)(\sum x_{tot})}{\sqrt{\{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\}\{n\sum X^2_{tot} - (\sum x_{tot})^2\}}}$$

dimana :

r = Koefisien Korelasi Product moment

n = Jumlah Sampel

$\sum x_i$ = Jumlah Skor suatu item

$\sum x_{tot}$ = Jumlah total jawaban

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

$\sum x^2_{tot}$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum x_i x_{tot}$ = jumlah perkalian skor jawaban dengan total skor

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.

1. 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*, de 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 :

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

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

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

Dimana :

r = koefisien korelasi

r_b = korelasi produk moment antara belahan pertama dan kedua batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah dapat dinilai reabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Bila $r_{\text{hitung}} >$ dari r_{tabel} , maka instrument dikatakan *reliable*, sebaliknya jika $r_{\text{hitung}} <$ dari tabel maka instrument tersebut dikatakan *tidak reliable*.

3.6 Metode Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden 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 menguji hipotesis yang telah diajukan.

Pertama peneliti melakukan pengumpulan data, kemudian ditentukan alat untuk memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diteliti. Alat yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Dalam skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif. Seperti tertera pada tabel yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Dengan Skala *Likert*

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

Sumber : Sugiyono (2012:137)

Pada Tabel 3.3 dapat dilihat bahwa jawaban dan bobot skor untuk item-item instrument pada pertanyaan dalam kuesioner. Bobot skor ini hanya memudahkan saja bagi responden dalam menjawab pertanyaan dari kuesioner.

3.6.1 *Method of Succeshive Interval* (MSI)

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuisisioner, dimana yang asalnya Ordinal dirubah menjadi Skala Interval, karena dalam penggunaan analisis linier berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan Skala Interval. Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode tersebut, untuk data yang berskala ordinal perlu di rubah menjadi interval dengan teknik *Succesive Interval Method*. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Tentukan dengan tegas (variabel) sikap apa yang akan diukur.
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut sebagai proporsi.
4. Menentukan poporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (scale Value / SV).

Menentukan nilai transformasi:

$$SV = \frac{\text{Density of Lower Limit} - \text{Density of Upper Limit}}{\text{Area under Upper limit} - \text{Area under Lower Limit}}$$

Menentukan nilai transformasi :

$$Y = SV + [K]$$

Dimana : $K = 1 + SV \text{ min}$

Digunakan dalam penelitian ini untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal ke dalam skala interval, maka penulis menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program SPSS *for windows*.

3.6.2 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian, penulis menggunakan Analisis Deskriptif atas Variabel Independen dan Dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Tahap analisis dilakukan sampai pada *scoring* dan indeks, dimana skor merupakan jumlah dari hasil perkalian setiap bobot nilai (1 sampai 5) frekuensi. Pada tahap selanjutnya indeks dihitung dengan metode *mean*, yaitu membagi total skor dengan jumlah responden. Angka indeks tersebut yang menunjukkan kesatuan tanggapan seluruh responden sebagai variabel penelitian.

Nilai Tertinggi = 1 Nilai Terendah = 5

$$\begin{aligned} \text{Rentang Skor} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0,8 \end{aligned}$$

Sumber : Husein Umar (2011:98)

Setelah diketahui skor rata – rata, maka hasil tersebut dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada

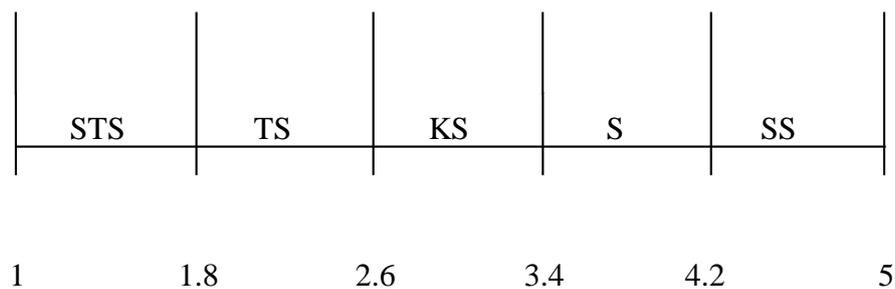
nilai rata – rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor.

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat Tidak Setuju
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak Setuju
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Kurang Setuju
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Setuju
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat Setuju

Sumber :Husein Umar (2011:98)

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Sumber : Husein Umar (2011:98)

3.6.3 Analisis Verifikatif

Penelitian Verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji Hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keragaman produk (X_1) dan Promosi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang akan digunakan seperti Analisis Regresi Linier Berganda, Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi berikut adalah penjelasannya.

3.6.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk (X_1) dan Promosi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (*buying decision*)

a = Bilangan konstanta

b_1 = Koefisien regresi brand personality

b_2 = Koefisien regresi emotional value

X_1 = Variabel bebas (Keragaman Produk)

X_2 = Variabel bebas (Promosi)

Untuk mendapatkan nilai a , b_1 dan b_2 , dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum Y = an + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

Setelah a , b_1 dan b_2 didapat, maka akan diperoleh persamaan Y .

3.6.3.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel tak terikat dan variabel terikat secara bersamaan. Adapun rumus statistiknya yang penulis sajikan sebagai berikut.

$$r = \sqrt{\frac{JK_{reg}}{JK_{Total}}}$$

Keterangan : r = Koefisien korelasi ganda

JK_{Reg} = Jumlah kuadrat

JK_{total} = Jumlah kuadrat total dikorelasikan.

Untuk mencari JK_{Reg} dihitung dengan menggunakan rumus :

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

Dimana :

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

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

Mencari $\sum Y^2$ menggunakan rumus sebagai berikut :

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

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

- $r = -1$, berarti terdapat pengaruh linear negatif antara X dan Y sempurna negatif
- $r = 0$, berarti tidak terdapat pengaruh linear
- $r = 1$, berarti ada pengaruh linear antara X dan Y. Sempurna positif.

(Sugiyono, 2012:182)

Interpretasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variabel – variabel tidak bebas, digunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2013) seperti tertera pada Tabel 3.4 yang penulis sajikan sebagai berikut.

Tabel 3.4
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

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

Sumber : Sugiyono (2013:184)

3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel X_1 , X_2 , (Variabel Independen) terhadap variabel Y (Variabel Dependen). Untuk melihat berapa besar pengaruh variabel X_1 , X_2 , terhadap Y , biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%). Berikut rumus Koefisien Determinasi, sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi (Seberapa besar perubahan variabel Y yang dipengaruhi oleh variabel X)

r^2 = Besarnya Koefisien Korelasi Ganda

Kriteria untuk analisis Koefisien Determinasi yang penulis sajikan pada halaman selanjutnya :

- Jika KD mendekati (0), berarti pengaruh variabel *Independent* terhadap *dependent* lemah.
- Jika KD mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel *independent* terhadap *dependent* kuat.

3.6.3.4 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien Determinasi Parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh secara parsial per sub variabel keragaman produk (X_1) dan Promosi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y), maka dapat diketahui dengan cara mengkalikan nilai *standardized coefficients beta* dengan *correlations (zero order)*, yang mengacu pada hasil perhitungan dengan menggunakan *software SPSS for window*. Rumus Koefisien Determinasi yang dikemukakan oleh Gujarati (2006:172) adalah sebagai berikut :

$$KD = \beta \times \text{zero order} \times 100\%$$

Keterangan :

β = Beta (*nilai standardized 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 Uji Hipotesis Simultan dan Parsial

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

3.7.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji F (Simultan) digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan secara keseluruhan yaitu melalui variabel independent terhadap variabel dependent. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan oleh penulis yang akan disajikan pada halaman selanjutnya.

1. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y
2. $H_a : \beta_1 \text{ \& } \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y

Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu $\alpha = 0,1$.

Nilai F_{hitung} dicari dengan rumus :

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel independent

n = Jumlah anggota sampel

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

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

3.7.2 Uji T (Parsial)

Uji t (Parsial) diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel independent yang satu dengan variabel dependent, apakah hubungan

tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t dilaksanakan dengan membandingkan nilai T_{tabel} nilai T_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coefficient*. Berikut ini adalah langkah – langkah dengan menggunakan uji t :

a. Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) :

$H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh antara variabel keragaman produk X_1 terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh antara variabel keragaman produk X_1 terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_0 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh antara variabel Promosi X_2 terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh antara variabel Promosi X_2 terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Taraf nyata yang digunakan adalah $\alpha = 0,1$

Nilai T_{hitung} dicari dengan rumus :

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

Keterangan : n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

t = Statistik uji korelasi

Selanjutnya, nilai T_{hitung} dibandingkan dengan T_{tabel} dan ketentuannya,

sebagai berikut :

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

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

3.8 Rancangan Kuisisioner

Kuisisioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuisisioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuisisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel keragaman produk, Promosi terhadap keputusan pembelian yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.

3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Circle K Jalan tamansari Bandung pada bulan September 2017 sampai dengan selesai.