

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Metode penelitian merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk mengungkapkan, menggambarkan, hingga menyimpulkan hasil pemecahan dari suatu masalah melalui cara tertentu sesuai dengan prosedur penelitiannya. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti pada *Foodbar and Coffee Restaurant* yaitu metode *survey*. Metode *survey* merupakan penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data dari suatu tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan melakukan wawancara terstruktur, tes, observasi, menyebarkan kuesioner dan sebagainya.

Sehubungan dalam mengumpulkan datanya menggunakan metode *survey*, maka peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan untuk membuktikan

apakah hipotesis penelitian yang diajukan diterima atau ditolak, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan metode penelitian verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017:35) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan satu sama lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode ini ditunjukkan untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keragaman produk di *Foodbar and Coffee Restaurant*
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan di *Foodbar and Coffee Restaurant*
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian di *Foodbar and Coffee Restaurant*.

Hasil dari observasi menggunakan analisis deskriptif tersebut, selanjutnya akan disusun secara sistematis dan dianalisis untuk diambil suatu kesimpulan. Selain menggunakan metode penelitian yang bersifat deskriptif, penelitian ini juga menggunakan metode penelitian yang bersifat verifikatif. Menurut Sugiyono (2017:35) penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Analisis verifikatif digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah yang keempat yaitu seberapa besar pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di *Foodbar and Coffee Restaurant* secara simultan dan parsial.

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

Variabel penelitian secara spesifiknya merupakan suatu atribut, nilai atau sifat, individu atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini ada 2 (dua) variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah keragaman produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan pembelian ( $Y$ ). Operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Teori ini digunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan bisa mempengaruhi variabel terikat. Untuk mengetahui lebih lanjut penjelasan mengenai definisi variabel dan operasionalisasi variabel penelitian akan dijelaskan sebagai berikut.

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

Variabel penelitian menurut (Sugiyono, 2017:60) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel bebas (independen) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif maupun negatif dengan simbol  $X$ , sedangkan variabel terikat (dependen) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dengan simbol  $Y$ .

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu “Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian survei pada konsumen *Foodbar and Coffee Restaurant* Jl. Aria Jipang No.1-3 Bandung”, maka terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu dua variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) serta satu variabel dependen ( $Y$ ) dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Keragaman Produk sebagai variabel independen ( $X_1$ )

Philip Kotler and Kevin Lane Keller (2016:402) mendefinisikan bahwa keragaman produk (*product assortment*) adalah semua perangkat produk dan item-item tertentu yang ditawarkan oleh penjual untuk dijual kepada konsumen. Dimensi dari keragaman produk (*product assortment*) antara lain lebar (*width*), panjang (*length*), kedalaman (*depth*), dan konsistensi (*consistency*).

2. Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen ( $X_2$ )

Fandy Tjiptono (2014:118) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan (*service quality*) adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dimensi dari kualitas pelayanan (*service quality*) antara lain bukti langsung (*tangible*), empati (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), dan jaminan (*assurance*).

3. Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen ( $Y$ )

Philip Kotler and Gary Armstrong (2016:177) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian (*purchase decision*) merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana

barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Dimensi dari keputusan pembelian (*purchase decision*) antara lain pilihan produk (*product choice*), pilihan merek (*brand choice*), pilihan penyalur (*dealer choice*), waktu pembelian (*purchase timing*), jumlah pembelian (*purchase amount*), dan metode pembayaran (*payment method*).

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Operasionalisasi variabel merupakan tahapan dalam penelitian dimana variabel-variabel dalam penelitian ini akan dijelaskan secara lebih jelas mengenai konsep dimensi dan indikator variabel penelitian yang akan menjadi bahan dalam penyusunan instrumen/pernyataan kuesioner penelitian. Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden serta untuk menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian yang dilakukan.

Operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui klasifikasi ukurannya. Operasionalisasi variabel berfungsi untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, dimensi variabel, indikator variabel, ukuran variabel, dan skala pengukuran yang digunakan. Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel yang diteliti yaitu keragaman produk sebagai variabel bebas/independen pertama ( $X_1$ ), kualitas pelayanan sebagai variabel bebas/independen kedua ( $X_2$ ), dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat/dependen ( $Y$ ). Secara garis besar operasionalisasi variabel penelitian pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 di halaman selanjutnya sebagai berikut.

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

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<p><b>Keragaman Produk (X<sub>1</sub>)</b></p> <p><i>“Product mix (also called a product assortment) is the set of all products and items a particular seller offers for sale”.</i> Definisi tersebut dapat diartikan bahwa keragaman produk adalah semua perangkat produk dan item-item tertentu yang ditawarkan oleh penjual untuk dijual kepada konsumen.</p> <p><b>Kotler dan Keller (2016:402)</b></p>	Lebar	Kelengkapan lini produk yang ditawarkan perusahaan	Tingkat kelengkapan lini produk yang ditawarkan perusahaan	Ordinal	1
		Banyaknya lini produk yang ditawarkan	Tingkat banyaknya lini produk yang ditawarkan	Ordinal	2
	Panjang	Total produk yang dijual dalam bauran	Tingkat total produk yang dijual dalam bauran	Ordinal	3
		Variasi produk yang ditawarkan	Tingkat variasi produk yang ditawarkan	Ordinal	4
	Kedalaman	Jenis varian yang ditawarkan masing-masing produk	Tingkat jenis varian yang ditawarkan masing-masing produk	Ordinal	5
		Tersedianya produk pelengkap	Tingkat tersedianya produk pelengkap	Ordinal	6
	Konsistensi	Kemudahan dalam mendapatkan produk	Tingkat kemudahan dalam mendapatkan produk	Ordinal	7
		Ketersediaan produk yang dijual	Tingkat ketersediaan produk yang dijual	Ordinal	8
<p><b>Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)</b></p> <p>Kualitas pelayanan adalah sebagai upaya</p>	Bukti langsung ( <i>Tangible</i> )	Penampilan karyawan	Tingkat penampilan karyawan	Ordinal	9
		Kebersihan restoran	Tingkat kebersihan restoran	Ordinal	10

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<p>pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan.</p> <p><b>Fandy Tjiptono (2014:118)</b></p>		Ketersediaan tempat parkir	Tingkat ketersediaan tempat parkir	Ordinal	11
	Empati ( <i>Empathy</i> )	Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	Tingkat keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	Ordinal	12
		Sopan santun karyawan dalam memberikan pelayanan	Tingkat sopan santun karyawan dalam memberikan pelayanan	Ordinal	13
		Kepedulian karyawan terhadap kebutuhan konsumen	Tingkat kepedulian karyawan terhadap kebutuhan konsumen	Ordinal	14
	Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Memberikan pelayanan dengan cepat	Tingkat kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan	Ordinal	15
		Menanggapi keluhan konsumen	Tingkat kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen	Ordinal	16
		Kesediaan membantu konsumen	Tingkat kesediaan karyawan dalam membantu konsumen	Ordinal	17
	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	Kesesuaian menu yang dipesan	Tingkat kesesuaian menu yang dipesan	Ordinal	18

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item	
		Kemampuan karyawan dalam memberikan pengetahuan	Tingkat kemampuan karyawan dalam memberikan pengetahuan	Ordinal	19	
		Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Kejelasan informasi	Tingkat kejelasan informasi yang diberikan	Ordinal	20
			Jaminan keamanan	Tingkat jaminan keamanan makanan yang disajikan	Ordinal	21
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b> <i>“Consumer behavior is the study of how individual, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants”</i> yang artinya keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli,	Pilihan Produk ( <i>Product Choice</i> )	Kebutuhan produk	Tingkat kebutuhan konsumen akan produk	Ordinal	22	
		Keberagaman produk	Tingkat keberagaman desain produk	Ordinal	23	
		Kualitas Produk	Tingkat Kualitas produk	Ordinal	24	
	Pilihan Merek ( <i>Brand Choice</i> )	Citra Merek	Tingkat kepercayaan Merek	Ordinal	25	
		Popularitas Merek	Tingkat Popularitas Merek	Ordinal	26	
	Pilihan Penyalur ( <i>Dealer Choice</i> )	Memilih lokasi yang mudah dijangkau	Tingkat pembelian produk berdasarkan lokasi yang mudah dijangkau	Ordinal	27	
		Penyaluran dengan harga yang lebih murah	Tingkat pembelian berdasarkan harga yang lebih murah	Ordinal	28	

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<p>menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka</p> <p><b>Philip Kotler and Gary Armstrong (2016:177)</b></p>		Persediaan barang yang lengkap	Tingkat pembelian berdasarkan persediaan barang yang lengkap	Ordinal	29
		Kenyamanan dalam berbelanja	Tingkat pembelian berdasarkan kenyamanan dalam berbelanja	Ordinal	30
	Waktu Pembelian ( <i>Purchase Timing</i> )	Waktu pembelian yang dilakukan	Tingkat waktu pembelian yang dilakukan	Ordinal	31
		Frekuensi pembelian yang dilakukan	Tingkat frekuensi pembelian yang dilakukan	Ordinal	32
	Jumlah Pembelian ( <i>Purchase Timing</i> )	Banyak produk yang dibeli	Tingkat banyaknya produk yang dibeli	Ordinal	33
	Metode Pembayaran ( <i>Payment Method</i> )	Kemudahan melakukan pembayaran	Tingkat kemudahan melakukan pembayaran	Ordinal	34
		Teknologi yang digunakan dalam melakukan pembayaran	Tingkat teknologi yang digunakan dalam melakukan pembayaran	Ordinal	35

Sumber : Pengolahan Data Peneliti, 2019

### 3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan 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. Kemudian untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik atau yang disebut dengan sampel. Dengan adanya sampel maka peneliti tidak perlu melakukan penelitian secara keseluruhan terhadap pengunjung tetapi cukup dengan menggunakan sebagian dari jumlah pengunjung yang akan diteliti.

### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian, yang di dalamnya terkandung informasi yang ingin diketahui. Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian karena populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian.

Berdasarkan pengertian tersebut maka pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah jumlah konsumen *Foodbar and Coffee Restaurant*. Berikut data konsumen dari bulan Januari hingga Desember pada tahun 2018 :

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Konsumen *Foodbar and Coffee Restaurant***  
**dari bulan Januari – Desember 2018**

Bulan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
<b>Jumlah Pengunjung</b>	815	927	880	840	1.256	1.487	960	1.108	920	760	718	640
<b>Total</b>	<b>11.311</b>											
<b>Rata-Rata</b>	<b>942,58</b>											

Sumber : *Foodbar and Coffee Restaurant*

Berdasarkan Tabel 3.2 pada halaman sebelumnya dapat dilihat bahwa total pengunjung yang datang ke *Foodbar and Coffee Restaurant* selama periode 1 tahun dari bulan Januari sampai Desember 2018 sebanyak 11.311 orang / 12 bulan = 942,58 orang yang dibulatkan menjadi 943 orang. Sehingga jumlah populasi yang akan diteliti yaitu sebanyak 943 orang.

### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti yang hasilnya mewakili keseluruhan masalah yang diamati. Sugiyono (2017:81) menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini peneliti tidak menggunakan seluruh populasi, melainkan hanya sebagian dari populasi yang diambil untuk menjadi sampel karena peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga dan jumlah populasi yang banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus dapat menggambarkan dari populasi yang sebenarnya dengan istilah lain harus sangat *representatif* (mewakili).

Peneliti dalam menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* sebagai alat untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui lebih dari 100 orang/responden. Jumlah populasi pada penelitian ini yaitu sebanyak 943 orang, yang di dapatkan dari data yang diberikan *Foodbar and Coffee Restaurant* dan hasil perhitungan yang dilakukan oleh peneliti. Untuk lebih jelasnya peneliti menggunakan rumus *Slovin* dalam menentukan sampel pada penelitian ini yang disajikan pada halaman selanjutnya sebagai berikut.

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

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Populasi

E : Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir sebesar 10%  
(tingkat kesalahan yang diambil dalam *sampling* ini adalah sebesar 10%)

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus *Slovin*, ukuran sampel pada penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{943}{1 + (943)(0,1)^2} = 90,41 = 91$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka diperoleh jumlah (*n*) dalam penelitian ini sebanyak 91 orang untuk dijadikan sebagai ukuran sampel penelitian.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Sugiyono (2017:142) menjelaskan bahwa “*non-probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Tujuan peneliti menggunakan *non-probability sampling* karena peneliti memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Adapun jenis-jenis dari teknik *non-probability sampling* yaitu

sampling sistematis, sampling kuota, sampling *accidental*, sampling purposif, sampling jenuh, dan *snowball sampling*. Teknik *non-probability sampling* yang digunakan pada penelitian ini yaitu jenis sampling *accidental*. Menurut Sugiyono (2017:144) sampling *accidental* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/*accidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan faktor penting untuk keberhasilan penelitian. Teknik pengumpulan data berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan datanya, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakannya yang diperlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data mengacu pada cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:137) teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena memiliki tujuan memperoleh data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan survei dan melakukan pengumpulan data sebanyak mungkin, dengan menggunakan beberapa metode, yaitu :

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

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

a. Observasi

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 pemilik *Foodbar and Coffee Restaurant*. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pernyataan-pernyataan kepada konsumen *Foodbar and Coffee Restaurant*. Hal ini digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan konsumen yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai keragaman produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian pada *Foodbar and Coffee Restaurant*.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Penelitian kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur-literatur, jurnal, internet dan data perusahaan.

a. Studi Kepustakaan

Mengumpulkan data-data teoritis melalui buku-buku, karya tulis ilmiah, literatur-literatur yang berkaitan dengan variabel yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti pada penelitian ini.

b. Jurnal

Data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian dianggap relevan dengan topik penelitian dan juga sebagai pembanding dengan hasil penelitian yang peneliti teliti.

c. Internet

Cara yang dilakukan untuk mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis.

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

### **3.5 Uji Instrumen Penelitian**

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian,

sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

### 3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaiannya antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Sugiyono (2017:384) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya.

Peneliti dalam mencari nilai korelasi akan menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi *product moment*

X = variabel nomor ganjil

Y = variabel nomor genap

$\Sigma X$  = jumlah total skor kelompok ganjil

$\Sigma Y$  = jumlah total skor kelompok genap

$\Sigma X^2$  = jumlah kuadran total skor kelompok ganjil

$\Sigma Y^2$  = jumlah kuadran total skor kelompok genap

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

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Sugiyono (2017:204) menyatakan bahwa syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,300 keatas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,300 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statiscal Product and Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul *item-Total Statistic*. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dilakukan pengukuran 2 (dua) kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pernyataan-pernyataan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *split-half* 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-rumus *spearman brown*. Berkenaan dengan hal tersebut peneliti melampirkan rumus-rumus untuk pengujian reliabilitas sebagai berikut :

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

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

Dimana :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi *product moment*

X = variabel nomor ganjil

Y = variabel nomor genap

$\Sigma X$  = jumlah total skor kelompok ganjil

$\Sigma Y$  = jumlah total skor kelompok genap

$\Sigma X^2$  = jumlah kuadran total skor kelompok ganjil

$\Sigma Y^2$  = jumlah kuadran total skor kelompok genap

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

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

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

Dimana :

$r$  = nilai reliabilitas

$r_b$  = korelasi *pearson product moment* antara kelompok pertama (ganjil) dan kelompok kedua (genap), batas reliabilitas minimal sebesar 0,700.

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen ( $r_b$  hitung), kemudian nilai reliabilitas instrumen ( $r_b$  hitung) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut :

- a. Bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

### 3.5.3 *Method of Successive Interval (MSI)*

*Method of successive interval* merupakan metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Data yang peneliti peroleh dari hasil penyebaran kuesioner masih merupakan data ordinal yang masih harus ditransformasikan menjadi data interval untuk memenuhi syarat statistika parametrik dengan analisis regresi dan analisis korelasi untuk menganalisis dan mengkaji rumusan masalah penelitian. Maka dari itu peneliti menggunakan *method of successive interval* (MSI) untuk transformasi data ordinal menjadi data interval. Berikut ini peneliti sajikan langkah-langkah menganalisis

data dengan *method of successive interval* (MSI) :

1. Perhatikan nilai jawaban responden dari setiap pernyataan dalam kuesioner
2. Untuk setiap pernyataan tersebut, lakukan perhitungan ada berapa responden yang menjawab pernyataan dengan skor 1, 2, 3, 4, dan 5 disebut dengan frekuensi
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya jumlah responden dan hasilnya disebut dengan proporsi
4. Kemudian hitung proporsi kumulatifnya
5. Dengan menggunakan tabel normal, dihitung nilai distribusi normal (Z) untuk setiap frekuensi kumulatif yang diperoleh
6. Tentukan densitas normal yang sesuai dengan nilai Z
7. Menghitung *Scale Value* (SV) dengan rumus :

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

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

8. Melakukan tranformasi nilai skala dari nilai skala ordinal ke nilai skala interval dengan rumus :

$$Y = Sv + [SV\ min]$$

Catatan, nilai Sv terkecil atau nilai negatif terbesar diubah menjadi sama dengan 1 (satu).

### 3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Pengelolaan dan analisis informasi serta data dalam penelitian ini dikumpulkan dan diolah secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sifat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen ( $X_1$ ) = keragaman produk, ( $X_2$ ) = kualitas pelayanan terhadap variabel dependen ( $Y$ ) = keputusan pembelian.

Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS. SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) adalah sebuah program atau aplikasi pada komputer yang digunakan untuk menganalisis statistika. Adapun teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis verifikatif.

#### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap keragaman produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian pada *Foodbar and Coffee Restaurant*.

Dimana setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda beda. Setiap pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif menurut Sugiyono (2017:93) adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Skala Likert**

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

Sumber : Sugiyono (2017:93)

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa dalam pertanyaan/peryataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Peneliti pada kuesioner penelitian ini menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat tidak setuju memiliki nilai 1 (satu).

Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel independen dan variabel dependen) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk

menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, kemudian jumlah tersebut dirata-ratakan dan selanjutnya peneliti gambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Peneliti dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut :

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

- a. Nilai minimum : 1
- b. Nilai maksimum : 5
- c. Interval :  $5 - 1 = 4$
- d. Jarak interval :  $\frac{5-1}{5} = 0,8$

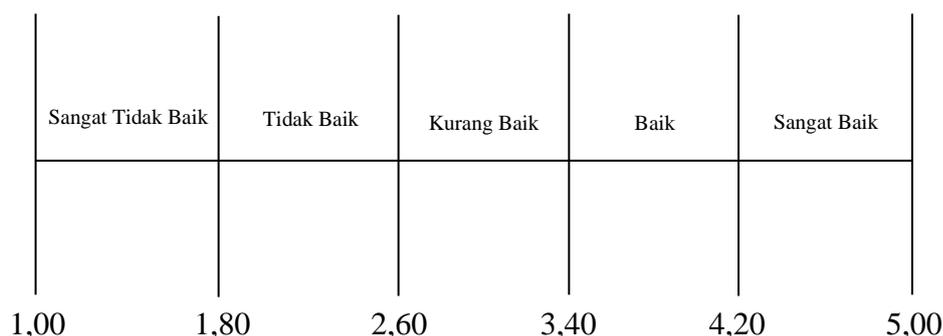
Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui kategori skala sebagai berikut :

**Tabel 3.4**  
**Kategori Skala**

No	Interval	Kategori
1	1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,81-2,60	Tidak Baik
3	2,61-3,40	Kurang Baik
4	3,41-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono (2017:95)

Setelah nilai rata-rata jawaban dan kategorinya telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum seperti pada halaman selanjutnya sebagai berikut :



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

### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2017:55) analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji suatu kebenaran pada sebuah hipotesis. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Keragaman Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis korelasi berganda. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan sebagai berikut.

#### 3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Keragaman Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Sugiyono (2017:210) menyatakan bahwa analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. 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 apabila variabel independen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

a = Bilangan konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi keragaman produk

$\beta_2$  = Koefisien regresi kualitas pelayanan

X<sub>1</sub> = Variabel bebas (keragaman produk)

X<sub>2</sub> = Variabel bebas (kualitas pelayanan)

e = *Error* atau faktor gangguan lain

### 3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel keragaman produk (X<sub>1</sub>), kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) dan variabel keputusan pembelian (Y). Korelasi yang digunakan adalah korelasi berganda dengan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

r<sup>2</sup> = Koefisien korelasi berganda

JK<sub>regresi</sub> = Jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$  = Jumlah Kuadrat total regresi

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

Apabila  $r = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel keragaman produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan variabel keputusan pembelian ( $Y$ )

Apabila  $r = -1$ , artinya hubungan antara variabel dikatakan negatif

Apabila  $r = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Angka korelasi berkisar antara  $-1$  sampai dengan  $1$ , semakin mendekati  $1$  maka korelasi semakin mendekati sempurna, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut :

**Tabel 3.5**  
**Tafsiran 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 (2017:184)

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh keragaman produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) secara simultan dan parsial. Pengujian hipotesis ini dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ), dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ).

### 3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu keragaman produk dan kualitas pelayanan sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian dengan objek penelitiannya yaitu *Foodbar and Coffee Restaurant*. Uji hipotesis simultan dilakukan dengan membandingkan nilai dari  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan uji hipotesis simultan adalah sebagai berikut :

a. Membuat formulasi uji hipotesis

1)  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$  ; Tidak terdapat pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada *Foodbar and Coffee Restaurant*

2)  $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$  ; Terdapat pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada *Foodbar and Coffee Restaurant*

b. Menentukan tingkat signifikansi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan  $\alpha = 0,05$  artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kesalahan 5%.

c. Menghitung nilai f-hitung dengan rumus

Pengujian regresi secara simultan dimaksudkan apakah variabel bebas secara menyuluruh memmberikan nyata terhadap variabel terikat. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji  $F_{hitung}$ .  $F_{hitung}$  dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien Korelasi Berganda

$k$  = Banyaknya variabel bebas

$n$  = Jumlah sampel

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

d. Kriteria pengambilan keputusan

1) Jika  $F_{Hitung} > F_{Tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak (signifikan)

2) Jika  $F_{Hitung} < F_{Tabel}$ , maka  $H_0$  diterima (tidak signifikan)

Apabila  $H_0$  diterima, maka disimpulkan bahwa suatu pengaruh adalah tidak signifikan, artinya tidak ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan apabila  $H_0$  ditolak, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap suatu variabel terikat.

e. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan didukung oleh teori yang sesuai dengan objek dan masalah penelitian.

### 3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji hipotesis secara parsial digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial yang bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen, dengan menganggap

variabel lain bersifat konstan. Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan uji hipotesis parsial adalah sebagai berikut :

a. Membuat formulasi uji hipotesis

1)  $H_0 : \beta_1 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *Foodbar and Coffee Restaurant*.

$H_a : \beta_1 \neq 0$ , Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *Foodbar and Coffee Restaurant*.

2)  $H_0 : \beta_2 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada *Foodbar and Coffee Restaurant*.

$H_a : \beta_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada *Foodbar and Coffee Restaurant*.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan  $\alpha = 0,05$  artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kesalahan 5%.

c. Menghitung Uji *t-test*

Pengujian regresi secara parsial dimaksudkan apakah variabel bebas berkorelasi nyata atau tidak terhadap variabel terikat.

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

Dimana :

$t$  = nilai  $t$  hitung

$n$  = jumlah sampel

$r_p$  = nilai korelasi parsial

d. Kriteria pengambilan keputusan

1) Jika  $t_{hitung} > t_{Tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_a$  diterima.

2) Jika  $t_{hitung} < t_{Tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya  $H_a$  ditolak.

Apabila  $H_0$  diterima, maka disimpulkan bahwa suatu pengaruh adalah tidak signifikan, artinya tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan apabila  $H_0$  ditolak, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel bebas secara parsial terhadap suatu variabel terikat.

e. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan disukung oleh teori yang sesuai dengan objek dan masalah penelitian.

### 3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase (%) pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Pada penelitian ini koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh Keragaman Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *Foodbar and Coffee Restaurant*. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien

determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut :

### 1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase Keragaman Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya itu dengan rumus sebagai berikut :

$$\mathbf{Kd = R^2 \times 100\%}$$

Dimana :

Kd = Nilai Koefisien Determinasi

$R^2$  = Besarnya koefisien korelasi Ganda

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

### 2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh Keragaman Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) secara parsial dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

Kd = Nilai Koefisien Determinasi

$\beta$  = nilai *standarlized coeffecients*

Zero Order = matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien determinasi tersebut terdapat 2 (dua) kriteria. Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

- a. Jika  $K_d$  mendekati (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan lemah.
- b. Jika  $K_d$  mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan kuat.

### **3.7 Rancangan Kuesioner**

Kuesioner adalah instrumen untuk pengumpulan data atau informasi yang telah dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi beberapa pernyataan mengenai variabel keragaman produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel. Namun di Bab 1 mengenai penelitian pendahuluan dalam penelitian ini masih menggunakan bauran pemasaran jasa. Kuesioner ini bersifat tertutup, pernyataan membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan.

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

Peneliti melakukan penelitian pada konsumen yang datang secara langsung ke *Foodbar and Coffee Restaurant* yang berlokasi di *DIPA Junction* Jalan Ariajipang No. 1-3 Bandung. Adapun waktu untuk menyelesaikan penelitian ini

sejak terbitnya surat keputusan dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung yang terhitung mulai dari tanggal 14 Februari 2019 sampai dengan 7 September 2019.