

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian merupakan salah satu cara yang dilakukan 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. Menurut Sugiyono (2018:2) mengemukakan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:8) 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. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Berikut penjelasan mengenai metode penelitian deskriptif dan verifikatif menurut Sugiyono (2018:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel

mandiri, baik satu variabel maupun lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara

variabel satu dengan variabel yang lain. Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Metode penelitian deskriptif yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yaitu: 1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Keragaman Produk yang ditawarkan pada rumah makan Ma' Uneh jalan riau Kota Bandung. 2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Harga yang ditawarkan pada rumah makan Ma' Uneh jalan riau Kota Bandung. 3. Bagaiman tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian di rumah makan Ma' Uneh jalan riau Kota Bandung.

Metode penelitan verifikatif yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang ke-4 yakni, Seberapa besar pengaruh Keragaman Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada rumah makan Ma' Uneh jalan riau Kota Bandung secara simultan dan parsial.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan unsur penting dalam penelitian karena dengan variabel ini penelitian bisa dikembangkan dan bisa diolah sehingga dapat diketahui pemecahan masalahnya. Operasionalisasi variabel penelitian merupakan suatu unsur terkait dengan variabel yang terdapat pada judul yang tercakup dalam paradigma penelitian. Untuk melakukan pengolahan data diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran dan skala, untuk lebih jelas berikut pengertian variabel dan operasionalisasi variabel penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Setiap penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum peneliti memulai untuk pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2018:38) 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 dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Pengertian variabel bebas (*independent*) dalam Sugiyono (2018:39) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel terikat (*dependent*) menurut Sugiyono (2018:39) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Penelitian ini memiliki tiga variabel yang akan diuji keterkaitannya dimana terdapat dua variabel bebas (*independent*) yaitu keragaman produk dan harga . Kemudian variabel terikat (*dependent*) yaitu keputusan pembelian. Berikut ini adalah penjelasan mengenai masing-masing variabel yaitu:

1. Keragaman Produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu pada para konsumen. (Buchari Alma 2014:144).
2. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. (Kotler dan Amstrong yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran 2016:410)
3. Keputusan Pembelian adalah tahap keputusan konsumen yang secara aktual melakukan pembelian produk. (Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran, 2016:184).

2.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yang akan diteliti, yaitu Keragaman Produk dan Harga sebagai variabel bebas (*independent*) dan Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat (*dependent*). Setelah mengembangkan indikator tersebut lalu dikembangkan lagi menjadi item-item pertanyaan atau pernyataan yang akan digunakan peneliti untuk membuat kuesioner. Berikut adalah tabel mengenai penjelasan operasionalisasi variabel penelitian tersebut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Keragaman produk Bauran produk disebut juga keragaman produk yaitu kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu Kotler dan Keller alih Bahasa oleh Bob Sabran (2016:402)	Lebar	Keberagaman produk	Tingkat keberagaman produk	Ordinal	1
		Banyaknya produk	Tingkat Banyaknya produk	Ordinal	2
	Panjang	Ketersediaan produk yang banyak	Tingkat ketersediaan produk yang banyak	Ordinal	3
		Banyaknya jenis produk	Tingkat banyaknya jenis produk	Ordinal	4
		Banyaknya variasi dari jenis produk yang ditawarkan	Tingkat banyaknya variasi dari jenis produk yang ditawarkan	Ordinal	5
	Kedalaman	Tersedianya produk pelengkap/pendamping	Tingkat tersedianya produk pelengkap/pendamping	Ordinal	6
		Ketersediaan produk dalam menu	Tingkat ketersediaan produk dalam menu	Ordinal	7
		Kemudahan mendapatkan produk	Tingkat kemudahan mendapatkan produk		8
Harga Harga adalah	Keterjangkauan harga	Harga produk yang ditawarkan terjangkau	Tingkat harga produk yang ditawarkan	Ordinal	9

satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya.			terjangkau		
		Harga produk sesuai dengan kemampuan konsumen	Tingkat harga produk sesuai dengan kemampuan konsumen	Ordinal	10
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	Tingkat harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	Ordinal	11
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan kebutuhan	Tingkat harga sesuai dengan yang dibutuhkan	Ordinal	12
		Harga sesuai dengan manfaat yang diberikan	Tingkat harga sesuai dengan manfaat yang diberikan	Ordinal	13
Fandy Tjiptono (2015:151)	Daya saing harga	Harga dapat bersaing dengan kuliner sejenis	Tingkat harga dapat bersaing dengan kuliner sejenis	Ordinal	14
Keputusan Pembelian	Pilihan produk	Memilih produk berdasarkan kualitas	Tingkat memilih produk berdasarkan kualitas	Ordinal	15
Keputusan pembelian adalah tahap keputusan konsumen yang secara aktual melakukan pembelian produk		Memilih produk berdasarkan keragaman produk	Tingkat memilih produk berdasarkan keragaman produk	Ordinal	16
	Pilihan merek	Memilih merek berdasarkan kepopuleran merek	Tingkat memilih merek berdasarkan kepopuleran merek	Ordinal	17
		Memilih merek berdasarkan kepercayaan terhadap produk	Tingkat memilih merek berdasarkan kepercayaan terhadap produk		18
Kotler & Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:184)	Pilihan penyalur	Memilih penyalur berdasarkan lokasi mudah dijangkau	Tingkat memilih penyalur berdasarkan lokasi mudah dijangkau	Ordinal	19
		Memilih penyalur berdasarkan ketersediaan produk	Tingkat memilih penyalur berdasarkan ketersediaan produk	Ordinal	20
	Waktu pembelian	Waktu pembelian secara rutin dalam kurun waktu tertentu	Tingkat waktu pembelian secara rutin dalam kurun waktu tertentu	Ordinal	21
Waktu pembelian secara mendadak		Tingkat waktu pembelian secara mendadak	Ordinal	22	

Jumlah pembelian	Keragaman produk mempengaruhi jumlah pembelian	Tingkat keragaman produk mempengaruhi jumlah pembelian	Ordinal	23
	Jumlah pembelian produk berdasarkan kebutuhan	Tingkat jumlah pembelian produk berdasarkan kebutuhan	Ordinal	24
Metode pembayaran	Memutuskan membeli berdasarkan kemudahan dalam pembayaran	Tingkat memutuskan membeli berdasarkan kemudahan dalam pembayaran	Ordinal	25
	Memutuskan membeli berdasarkan teknologi pembayaran sangat baik	Tingkat memutuskan membeli berdasarkan teknologi pembayaran sangat baik	Ordinal	26

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

3.3 Populasi dan Sampel

Pada sub bab ini akan menjelaskan pengertian populasi serta ukuran sampel yang akan digunakan. Penelitian yang dilakukan pasti memerlukan objek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan.. Sampel sangat membantu jika populasi dianggap terlalu banyak maka sampel akan membantu peneliti dalam melakukan penelitiannya.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:80). 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/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Berkenaan dengan hal tersebut peneliti akan menguraikan objek dalam penelitian ini, yang dimana populasi dalam penelitian ini merupakan pengunjung di rumah makan Ma' Uneh jalan riau sebagai berikut :

Tabel 3.2
Data Jumlah Konsumen Rumah Makan Ma' Uneh

Tahun	Bulan	Jumlah Konsumen
2018	Januari	3.280
2018	Februari	3.033
2018	Maret	3.093
2018	April	2.995
2018	Mei	2.841
2018	Juni	3.090
2018	Juli	2.900
2018	Agustus	3.228
2018	September	2.938
2018	Oktober	3.248
2018	November	2.995
2018	Desember	3.361
Jumlah		37.002
Rata-rata		3.084

Sumber : Rumah Makan Ma' Uneh

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* (Sugiyono, 2018:81). Untuk menghitung penentuan jumlah sampel

dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan rumus Slovin, dengan tingkat kesalahan 10%.

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di tolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Rata-rata populasi yang akan diteliti telah ditentukan sebelumnya yakni sebanyak 3.084 orang, maka didapatkan ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{3084}{1 + 3084(0,1)^2} = 97$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian ini sebanyak 97 orang yang akan dijadikan ukuran sampel pada penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan (Sugiyono, 2018:81). Terdapat dua teknik *sampling* yang dapat digunakan *probability sampling* dan *non probability samplin*. Menurut Sugiyono (2018:82) menjelaskan bahwa *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Non Probability*

Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. (Sugiyono, 2018:137) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan merupakan metode untuk mengumpulkan data primer dengan cara melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Survei tersebut dilakukan di Restoran Ma' Uneh jalan riau. Data primer diantaranya diperoleh melalui cara berikut.

- a. Wawancara. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden kecil/sedikit (Sugiyono, 2018:137).
- b. Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018:142).

c. Observasi. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sutrisno dalam Sugiyono, 2018:145).

b. Penelitian Kepustakaan

Penelitian Kepustakaan merupakan suatu kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian. Dilakukan untuk memperoleh data sekunder secara landasan teori yang digunakan sebagai pendukung dalam pembahasan penelitian kepustakaan dengan cara membaca literatur yang berhubungan dengan masalah.

a. Studi Kepustakaan (*Library Research*) yaitu mengumpulkan data melalui buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertasi, yang berkaitan dengan masalah penelitian.

b. Jurnal yaitu data pendukung yang berasal dari penelitian terdahulu dan berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

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

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan alat untuk menganalisis data dalam bentuk angka-angka dengan alat bantu perhitungan statistika. Keabsahan data dalam penelitian ini menekankan pada uji validitas dan reabilitas tentunya menggunakan instrumen yang valid dan reliabel akan dijelaskan sebagai berikut.

3.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2018:121). Untuk menguji validitas pada tiap item dengan mengkorelasik skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Koefisien korelasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan standar validasi yang berlaku. Menurut Sugiyono (2018:212) sebagai berikut:

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

Keterangan:

R_{xy} = 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

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Menurut Sugiyono (2018:126) menyatakan bahwa bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Jadi berdasarkan analisis faktor itu dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas konstruksi yang baik. Bila harga korelasi dibawah 0,3 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

3.5.2 Uji Reliabilitas

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 (2018:121) mengemukakan bahwa instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah 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. Peneliti berkenaan

hal tersebut juga melampirkan rumus-rumus untuk pengujian uji reliabilitas tersebut. Adapun rumus nya peneliti sajikan sebagai berikut:

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

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

Keterangan:

r = Korelasi pearson product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

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

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

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

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

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

Keterangan:

r = Nilai reliabilitas

rb = korelasi pearson product moment antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

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

e. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel

f. Bila $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa suatu alat ukur harus konsisten sehingga untuk mengetahui kekonsistenannya dilakukanlah uji reliabilitas ini, berkenaan dengan hal tersebut keandalan suatu alat ukur dilihat dengan menggunakan pendekatan secara statistika yaitu melalui koefisien reliabilitas, yang dapat dilihat bahwa apabila koefisien reliabilitas dari instrumen penelitian lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

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 (2018:147) mengemukakan bahwa 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.

Peneliti pada penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan verifikatif, yaitu metode yang bertujuan menggambarkan benar atau tidaknya faktafakta yang ada, serta menjelaskan tentang hubungan antar variabel yang diteliti dengan cara dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik.

3.6.1 Analisis Deskriptif

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 keragaman produk, harga dan keputusan pembelian, 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*. menurut Sugiyono (2018:93) menyatakan bahwa skala *likert* 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.

Penulis membuat pernyataan yang digunakan untuk memperoleh data atau keterangan dari responden yang merupakan konsumen dari Restoran Ma' Uneh

jalan riau. Kemudian data yang diperoleh dari hasil kuesioner diberi bobot dalam setiap alternatif jawaban. Jawaban alternative peneliti sajikan dibawah ini:

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2018:94)

Peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependen yang dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudia disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakuka dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan skor variabel penelitian. berikut perhitungannya :

$$p = \frac{\text{jawaban kuesioner}}{\text{pertanyaan} \times \text{responden}} = \text{skor rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya dikategorikan pada rentang skor.

$$NJI \text{ Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria jawaban}}$$

Keterangan

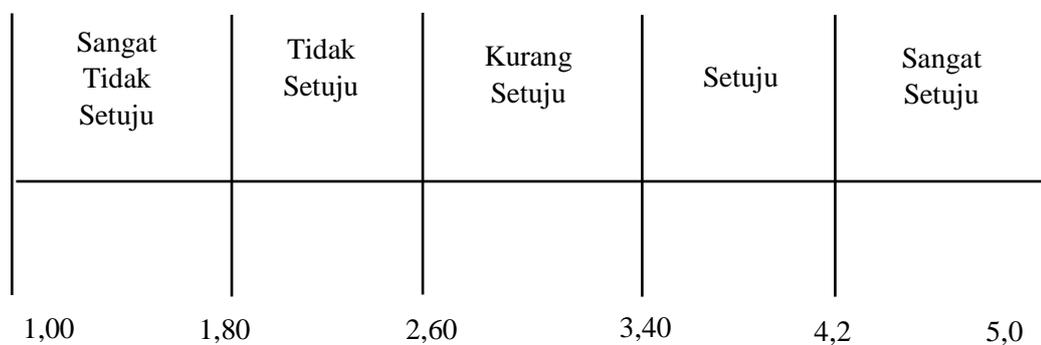
Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

NJI (nilai jenjang interval) = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Maka dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut:

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



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan 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 bentuk angka. Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode yang akan dijelaskan sebagai berikut.

3.6.2.1 Uji MSI (*Method Of Succesive Internal*)

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method of Succesive Internal*). Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap reponden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab 1-5 untuk setiap pertanyaan).
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 dengan proposi.
4. Menentukan proposi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribur normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z. data >30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal.
6. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing reponden dengan rumusan berikut.

$$SV = \frac{\text{density at lower limit} - (\text{density at upper limit})}{\text{area under upper limit} - (\text{area under lower limit})}$$

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

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

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

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

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Menurut Juanim (2018:39) regresi linier adalah metode digunakan untuk menguji atau membentuk model hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen antar variabel Keragaman Produk dan Harga terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian. Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X1	= Keragaman Produk
X2	= Harga
b1 dan b2	= Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel
e	= error atau gangguan lain

3.6.2.3 Analisis Kolerasi Berganda

Analisis kolerasi berganda merupakan analisi yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Keeratan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah Koefisien Korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan yang disebut dengan koefisien korelasi. Adapun rumus kolerasi berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Koefesien kolerasi berganda

JKregresi = Jumlah Kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total kolerasi

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

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 dan variabel Y.

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

Apabila $r = 0$, artinya terdapat hubungan kolerasi.

Pengukuran hubungan antara dua variabel untuk masing-masing kasus akan menghasilkan keputusan. Penentuan tersebut didasarkan pada kriteria yang

menyebutkan jika hubungan mendekati 1, maka hubungan semakin kuat; sebaliknya jika hubungan mendekati 0, maka hubungan semakin lemah. Berikut tabel koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 3.4
Taksiran Besaran Koefisien Kolerasi

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,000-0,199	Sangat Lemah
0,200-0,399	Lemah
0,400-0,599	Cukup
0,600-0,799	Kuat
0,800-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2018:214)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa menurut Sugiyono interpretasi terhadap hubungan kolerasi atau seberapa besarnya pengaruh variabel-variabel tidak bebas, digunakan pedoman yang tertera pada tabel yang peneliti lampirkan.

3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah peneliti 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, 2018:63). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh Keragaman Produk dan Harga 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 hipotesis simultan atau uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0,$ Tidak terdapat pengaruh Keragaman Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

$H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0,$ Terdapat pengaruh Keragaman Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian di uji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Peneliti dalam hal ini melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda yang dimana menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{r^2 K}{1 - r^2} \frac{n - K - 1}{n - K - 1}$$

Keterangan:

r^2 = Kuadrat koefisien kolerasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

n = Ukuran sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

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

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

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_1 diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_1 ditolak.

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji hipotesis parsial atau Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t juga digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian
2. $H_1 : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian
3. $H_0 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian
4. $H_1 : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan taraf signifikan 5% atau dengan tingkat keyakinan 95% dengan rumus berikut:

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

Keterangan:

t_{hitung} = Statistik Uji Kolerasi

- n = Jumlah sampel
 r = Nilai kolerasi parsial

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

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_1 diterima (signifikan).

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_1 ditolak (tidak signifikan).

3.6.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh Keragaman Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. 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 Simultan. Analisis koefisien determinasi berganda simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase Keragaman Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian secara simultan dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Kd = Nilai koefisien determinasi
 r^2 = Kuadrat dari koefisien ganda

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial. Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase Keragaman Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian secara parsial dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

B = Beta (*nilai standarliezed coeffeciants*)

Zero Order = Matrik kolerasi 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 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2018:142). 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. Kuisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di rumah makan Ma' Uneh jalan LLRE Martadinata No. 157 Kota Bandung, Jawa Barat. Waktu penelitian

dilaksanakan selama 6 bulan, yang terhitung dari tanggal 18 Maret hingga 12 September 2019.