

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang digunakan

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode survei. Menurut Sugiyono (2017:30) Survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang di pelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Tujuan penelitian survei ini untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Berdasarkan pernyataan diatas metode bagi suatu penelitian merupakan salah satu cara yang ditempuh dalam mencapai tujuan dan untuk memecahkan suatu masalah. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pengumpulan data yang dilakukan dalam menyelesaikan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti di dalam penelitian ini. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif

Berikut pengertian metode deskriptif dan verifikatif menurut Sugiyono (2017:11) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui

keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Peneliti 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 deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai lokasi pada Grind Forward Street Coffee Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai promosi penjualan pada Grind Forward Street Coffee Bandung.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian produk Grind Forward Street Coffee Bandung.

Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Grind Forward Street Coffee Bandung.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi variabel dan operasionalisasi variabel penelitian merupakan variabel-variabel yang harus didefinisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian berarti ganda. Definisi variabel juga menjadi batasan sejauhmana variabel penelitian

dapat dipahami oleh penulis. Dengan variabel inilah penelitian bisa diolah sehingga diketahui pemecahan masalahnya. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, sub variabel, indikator, ukuran dan skala yang ada di dalam masing-masing variabel penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya 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 variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*). Menurut Sugiyono (2017:39) variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas disimbolkan dengan simbol (X). Selanjutnya variabel terikat (*dependent*) menurut Sugiyono (2017:39) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat disimbolkan dengan simbol (Y). Variabel penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel lokasi (X_1) dan Promosi Penjualan (X_2) sebagai variabel independen dan variabel keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen. Variabel-variabel yang ada di dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Lokasi (X_1)

Lokasi menurut Ratih Hurriyati (2015:41) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.

2. Promosi Penjualan (X_2)

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:496) *Sales promotion short-term incentives to encourage the purchase or sale of a product or a service.*

3. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Sangadji (2014:120) keputusan pembelian diartikan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Suatu penelitian perlu untuk membuat sebuah operasionalisasi variabel penelitian supaya memudahkan penulis dalam melakukan penelitiannya. Dengan adanya operasionalisasi variabel penelitian dapat membantu penulis dalam menentukan dimensi, indikator, ukuran dan skala yang digunakan dari setiap variabel penelitian, selain itu, operasionalisasi variabel berguna agar penelitian ini tetap berada sesuai dengan konteks yang ada pada variabel-variabel penelitian. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Lokasi (X1)	Akses	Kemudahan lokasi Grind Forward Street Coffee untuk dijangkau	Tingkat kemudahan lokasi Grind Forward Street Coffee untuk dijangkau	Ordinal	1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Tempat (place) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya (Ratih Hurriyati 2015:41)	Visibilitas	Tersedianya transportasi umum menuju lokasi Grind Forward Street Coffee	Tingkat ketersedianya transportasi umum menuju lokasi Grind Forward Street Coffee	Ordinal	2
		Kemudahan menemukan lokasi Grind Forward Street Coffee	Tingkat kemudahan menemukan lokasi Grind Forward Street Coffee	Ordinal	3
	Lalu Lintas	Mudahnya jalan masuk menuju Grind Forward Street Coffee	Tingkat mudahnya jalan masuk menuju Grind Forward Street Coffee	Ordinal	4
		Lalu lintas di sekitar lokasi Grind Forward Street Coffee lancar	Tingkat kelancaran lalu lintas di sekitar lokasi Grind Forward Street Coffee	Ordinal	5
	Tempat Parkir	Tersedianya rambu lalu lintas di sekitar lokasi Grind Forward Street Coffee	Tingkat ketersedianya rambu lalu lintas di sekitar lokasi Grind Forward Street Coffee	Ordinal	6
		Tempat parkir di Grind Forward Street Coffee aman	Tingkat keamanan Tempat parkir di Grind Forward Street Coffee	Ordinal	7
	Coupons (kupon)	Tempat parkir di Grind Forward Street Coffee luas	Tingkat ketersediaan lahan parkir yang luas di Grind Forward Street Coffee	Ordinal	8
		Besarnya kupon diskon yang diberikan kepada konsumen	Tingkat besarnya kupon diskon yang diberikan kepada konsumen	Ordinal	9

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<i>Sales promotion short-term incentives to encourage the purchase or sale of a product or a service.</i> Kotler dan Armstrong (2018:496)	Rebates (Potongan Harga)	Ketertarikan kupon diskon yang diberikan Grind Forward Street Coffee	Tingkat ketertarikan kupon diskon yang diberikan Grind Forward Street Coffee	Ordinal	10
		Adanya potongan harga yang menarik saat pembelian produk	Tingkat kemenarikan Grind Forward Street Coffee memberikan potongan harga	Ordinal	11
	Price Pack (Paket Harga)	Besarnya potongan harga pada produk yang ditawarkan Grind Forward Street Coffee	Tingkat besarnya potongan harga pada produk yang ditawarkan Grind Forward Street Coffee	Ordinal	12
		Daya tarik program paket harga yang ditawarkan Grind Forward Street Coffee	Tingkat kemenarikan program paket harga yang dilakukan untuk mempengaruhi konsumen Grind Forward Street Coffee	Ordinal	13
	Point-of-purchase (POP)	Tersedianya paket harga yang ditawarkan Grind Forward Street Coffee terjangkau	Tingkat keterjangkauan paket harga yang ditawarkan Grind Forward Street Coffee	Ordinal	14
		Daya tarik demonstrasi promosi penjualan yang ditawarkan Grind Forward Street Coffee	Tingkat kemenarikan demonstrasi promosi penjualan yang ditawarkan Grind Forward Street Coffee	Ordinal	15
		Penataan produk POP rapi dan membuat nyaman untuk berbelanja	Tingkat kerapihan penataan produk POP dan kenyamanan berbelanja	Ordinal	16

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Keputusan Pembelian (Y) Keputusan pembelian sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Schiffman dan Kanuk dalam Sangadji (2014:120)	Pemilihan Produk	Melakukan pembelian berdasarkan keuikan produk dan menariknya produk	Tingkat melakukan pembelian berdasarkan keuikan produk dan menariknya produk	Ordinal	17
		Melakukan pembelian produk berdasarkan kualitas produk	Tingkat melakukan pembelian produk berdasarkan kualitas produk	Ordinal	18
	Pemilihan Merek	Melakukan pembelian karena adanya pengaruh kepopuleran nama Grind Forward Street Coffee di Kota Bandung	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan popularitas Grind Forward Street Coffee di Kota Bandung	Ordinal	19
		Melakukan pembelian berdasarkan citra kafe Grind Forward Street Coffee yang unggul dibandingkan kafe lainnya	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan citra kafe Grind Forward Street Coffee yang baik dibandingkan kafe lainnya	Ordinal	20
	Pemilihan Penyalur	Melakukan pembelian berdasarkan harga yang ditawarkan murah	Tingkat memutuskan pembelian harga yang ditawarkan murah	Ordinal	21
		Melakukan pembelian karena lokasi dekat dengan rumah, kampus, maupun kantor	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan lokasi dekat dengan rumah, kampus, maupun kantor	Ordinal	22
	Waktu Pembelian	Melakukan pembelian dengan kurun waktu bulanan	Tingkat memutuskan pembelian dengan kurun waktu bulanan	Ordinal	23

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
	Jumlah Pembelian	Melakukan pembelian secara mendadak	Tingkat memutuskan pembelian secara mendadak	Ordinal	24
		Jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan	Tingkat memutuskan jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan	Ordinal	25
		Jumlah pembelian berdasarkan adanya bonus atas produk yang ditawarkan	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan bonus yang ditawarkan	Ordinal	26
		Mudahnya metode pembayaran dengan menggunakan aplikasi <i>smartphone</i> (GO-Pay)	Tingkat memutuskan pembelian mudahnya metode pembayaran dengan menggunakan aplikasi <i>smartphone</i>	Ordinal	27
	Metode Pembayaran	Mudahnya melakukan pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran lainnya seperti <i>debit</i> atau <i>creditcard</i>	Tingkat memutuskan pembelian mudahnya melakukan pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran lainnya seperti <i>debit</i> atau <i>creditcard</i>	Ordinal	28

Sumber: Sumber: Diolah oleh Penulis, 2019

3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi sesutau yang dapat dijadikan objek

dalam penelitian dengan menentukan populasi maka penulis akan mampu melakukan pengolahan data dan untuk mempermudah pengelolaan data maka penulis akan mengambil bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel atau dengan kata lain sampel merupakan bagian dari populasi. Dimana sampel tersebut akan menjadi responden atau sumber data yang akan digunakan di dalam penelitian ini dan berguna untuk penyelesaian penelitian ini.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau seluruh pengunjung yang pernah melakukan pembelian di Grind Forward Street Coffee.

Tabel 3.2
Jumlah Pengunjung Grind Forward Street Coffee
Periode Januari-Desember Tahun 2018

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	850
2	Februari	819
3	Maret	859
4	April	799
5	Mei	765
6	Juni	755
7	Juli	794
8	Agustus	818
9	September	857
10	Oktober	833
11	November	854
12	Desember	945
Jumlah		9.948

Sumber: Grind Forward Street Coffee, 2018

Berdasarkan tabel 3.2 di atas maka dapat dilihat bahwa pengunjung Grind Forward Street Coffee mengalami kenaikan dan penurunan selama tahun 2018. Populasi akan diambil dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah pengunjung selama tahun 2018 sebanyak $9.948/12 = 829$ orang. Jumlah dibagi 12 bulan berdasarkan data yang di peroleh Grind Forward Street Coffee.

3.3.2 Sampel

Sampel suatu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus *representatif* (mewakili) (Sugiyono, 2017:81). Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

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

$$\text{Jadi: } n = \frac{829}{1+829(0,1)^2} = 89,2 \sim 90$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian sebanyak 90 orang yang akan dijadikan ukuran sampel penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut (Sugiyono 2017:81) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat teknik *sampling* yang digunakan. Menurut Sugiyono (2017:82) terdapat dua teknik *sampling* yang dapat digunakan yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang ada di dalam penelitian ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis. (Sugiyono, 2017:137) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Wawancara

Teknik wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui secara lebih detail mengenai data dan informasi untuk kepentingan penelitian dengan cara melakukan sesi tanya jawab yang dilakukan secara langsung dengan responden ataupun dengan pihak organisasi atau perusahaan. Menurut Sugiyono (2017:137) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan fenomena atau permasalahan harus diteliti dan bila peneliti yang bisa didapatkan dari responden dan jumlah responden kecil atau sedikit.

b. Kuesioner

Kuesioner suatu alat ukur yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian akan dijawab langsung oleh responden. Menurut Sugiyono (2017:142) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

c. Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara mengamati secara langsung bagaimana kondisi dari objek penelitian dan juga melihat bagaimana kondisi dari objek penelitian dan juga melihat bagaimana kaitannya dengan masalah penelitian yang sedang dilakukan. Menurut

Sugiyono (2017:145) Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis seperti proses pengamatan dan ingatan.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan merupakan pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur berkaitan dengan penelitian yang dapat membantu proses penyelesaian penelitian, seperti:

a. Buku

Buku yang digunakan adalah yang sesuai dengan penelitian ini dan dapat membantu memperlengkap informasi yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian.

b. Jurnal

Jurnal yaitu data pendukung yang berasal dari jurnal penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lainnya dan yang berhubungan dengan penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian yang peneliti lakukan.

c. Internet

Yaitu dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian, yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal ataupun karya tulis.

3.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penulis.

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, 2017:121). Untuk menguji validitas pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkorelasi 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 (2017:134) sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi.

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item.

y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item.

n = Jumlah responden dalam uji instrumen.

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X.

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y.

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan Variabel Y.

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X.

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi 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 (2017:173) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Oleh karena itu, semua pertanyaan atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan 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.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu penerjemahan dari kata *reliability*, pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (*reliable*). Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana semua alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur tidak berubah. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid (Sugiyono, 2017:179).

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode teknik *alpha cronbach* (CA) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas sesuatu instrumen penelitian kemudian dilanjutkan

dengan pengujian rumus *spearman* brown, dengan cara kerjanya adalah 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 dengan rumus:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi product moment

n = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan genap

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

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

Dimana:

r = Nilai reliabilitas

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

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

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefesien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel

melalui analisis kolerasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono. 2017:148). Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah di paparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1) = Lokasi, (X_2) = Promosi Penjualan terhadap variabel dependen (Y) = Keputusan Pembelian.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari usia, pendidikan dan penghasilan. Dimana variabel X_1 (Lokasi), variabel X_2 (Promosi Penjualan) dan variabel Y (Keputusan Pembelian), jawaban dari setiap item instrumen menggunakan skala *likert* yang mempunyai lima jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda seperti berikut:

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif jawaban	Bobot nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2017:160)

Berdasarkan tabel 3.3 dapat dilihat alternatif jawaban dan bobot nilai untuk item-item instrumen pada kuesioner. Bobot nilai ini supaya memudahkan bagi responden untuk menjawab pertanyaan dalam bentuk kuesioner. Analisis ini juga menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan. Pada bagian ini penulis akan menganalisa data tersebut satu persatu yang didasarkan pada jawaban responden yang dihimpun berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden selama penelitian berlangsung. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependen yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Untuk mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian. Menetapkan skor rata-rata maka jumlah kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas sebagai berikut cara perhitungannya :

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

Setelah diketahui skor rata-rata maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

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

Dimana:

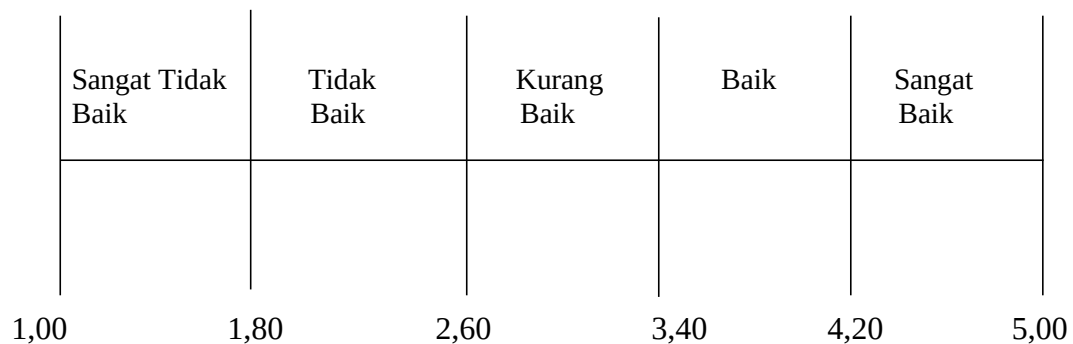
Nilai tertinggi = 5

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 3.4
Garis Kontinum

3.5.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak (Sugiyono, 2013:54). Analisis verifikatif suatu analisis untuk membuktikan dan mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui dan menguji kebenaran hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan perhitungan statistik. Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut:

3.5.2.1 Method Of Succesive Interval (MSI)

Metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasikan menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang telah diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Succesive Interval*).

Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lainnya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika kita hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah ke dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur tersebut. Kecuali jika kita menggunakan prosedur seperti korelasi spearman yang mengijinkan data berskala ordinal maka kita tidak perlu mengubah data yang sudah ada tersebut. Langkah – langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI yaitu:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (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 atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal dtandar tentukan nilai Z.
6. Menghitung *Scale Value* untuk masing-masing responden dengan rumusan:

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

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus sebagai berikut:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[SVmin]$$

3.5.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat (untuk membuktikan ada tidaknya hubungan). Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X_1 (lokasi), X_2 (*sales promotion*) dan Y (keputusan pembelian). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X_1 = lokasi

X_2 = *Sales promotion*

b_1 dan b_2 = besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel

e = *error* untuk mendapatkan nilai a , b_1 dan b_2 , dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

$$\sum X_1Y = a\sum X_1 + b_1\sum X_1^2 + b_2\sum X_1X_2$$

$$\sum X_2Y = a\sum X_2 + b_1\sum X_1X_2 + b_2\sum X_2^2$$

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

3.5.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). 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 korelasi berganda sebagai berikut:

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

Dimana:

r^2 = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah kuadrat regresi

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

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 korelasi.

Tabel 3.5
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

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

Sumber: Sugiyono (2017:278)

3.5.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1), rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

3.5.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. 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 lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian.

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

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

Dimana:

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

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

(n-k-1) = Derajat kebebasan

Berdasarkan perhitungan yang telah dijelaskan di atas maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilangan (K) dan penyebut (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut:

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

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

3.5.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

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 yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian.
- b. $H_1 : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian.
- c. $H_0 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh *sales promotion* terhadap keputusan pembelian.
- d. $H_0 : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh *sales promotion* terhadap keputusan pembelian.

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

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

Dimana:

t-hitung = Statistik Uji Korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis thitung dibandingkan ttabel dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika thitung > ttabel maka Ho ditolak dan sebaliknya Ha diterima.

Jika thitung < ttabel maka Ho diterima dan sebaliknya Ha ditolak.

3.5.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X_1 (lokasi) dan X_2 (Promosi Penjualan) terhadap variabel Y (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

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (lokasi) dan X_2 (Promosi Penjualan) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

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

Dimana:

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 persentase X_1 (lokasi) dan X_2 (Promosi Penjualan) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) secara parsial:

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

Dimana:

β = Beta (nilai *standarliezed coeffecients*)

Zero order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila:

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

Kd = 1, 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat.

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalisasikan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel lokasi, promosi penjualan terhadap keputusan pembelian yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah

ditetapkan sebelumnya. Sehingga responden tinggal memilih pada kolom, yang sudah disediakan. Konsumen hanya tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan penulis. Konsumen tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh penulis menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala *likert*.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di Grind Forward Street Coffee, Jalan Ambon No. 8a Bandung. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan dari mulai 13 April 2019 sampai dengan 10 Oktober 2019.