

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

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

Sugiono (2017:3) selanjutnya menjelaskan mengenai metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Berdasarkan pernyataan di atas, metode penelitian suatu cara ilmiah atau proses yang sesuai dengan prosedur penelitian untuk memecahkan permasalahan yang terjadi. Dengan teknik mencari, memperoleh, mengumpulkan, mencatat data baik data primer maupun data sekunder guna menyusun karya ilmiah. Pada metode penelitian yang digunakan peneliti menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Berikut pengertian metode deskriptif dan verifikatif menurut Suharsimi dalam Aziz (2017:34) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan

untuk menyelidiki berbagai macam keadaan yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Sama halnya dengan 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. Metode deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah nomor 1,2 dan 3.

Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2017:53) 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. Penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang terakhir yaitu nomor 4, yakni seberapa besar pengaruh *Sales Promotion* dan Bukti Fisik terhadap keputusan pembelian di Payfazz Grosir baik secara simultan dan parsial.

3.2 Definisi Variabel dan Operasional Variabel Penelitian

Definisi variabel menurut Sugiono (2017:38) merupakan suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel terkait atau merupakan salah satu penyebab. Terdapat 2 variabel dalam penelitian ini, variabel bebas (independen) yaitu *sales promotion* (X1), bukti fisik (X2) dan variabel terikat (dependen) yaitu keputusan pembelian

(y). Variabel-variabel tersebut kemudian dioperasionisasikan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran dan skala.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*Dependent*). Menurut Sugiyono (2016:38), variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai berikut :

1. Variabel *Independent* (Variabel Bebas)

Menurut Sugiyono (2016:39), variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (variabel terkait), yang disimbolkan dengan simbol (X). dalam penelitian ini yang termasuk variabel *independent* sebagai berikut:

a. *Sales Promotion* (X1)

Promosi penjualan adalah insentif-insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. (Kotler dan Armstrong 2018:207).

b. Bukti Fisik (X2)

Petunjuk visual atau berwujud lainnya yang memberi bukti atas kualitas jasa. Gedung, tanah, kendaraan, perabotan interior, perlengkapan, anggota

staf, tanda-tanda, barang cetakan, dan petunjuk yang terlihat lainnya memberik bukti atas kualitas jasa (Lovelock 2019:28). Bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen (Agung Permana Budi dalam Bambang 2021:106).

2. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen sering juga disebut variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas yang menjadi variabel terikat atau variabel *dependent* (Sugiyono, 2017:59). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y). Menurut Kotler dan Keller (2021:246) menyatakan Keputusan Pembelian dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk prefensi antar merek dalam kumpulan pilihan, konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai.

3.2.2 Operasional Variabel

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

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<p align="center">Sales Promotion (X1)</p> <p align="center"><i>Sales Promotion short-term incentives to encourage the purchase or sale of a product or a service.</i></p> <p align="center">(Kotler & Armstrong 2018:207)</p>	<i>Coupon</i>	kupon potongan harga yang diberikan menarik	Tingkat kemenarikan kupon potongan harga yang diberikan	Ordinal	1
		Syarat mendapatkan kupon potongan harga	Tingkat kerumitan syarat untuk mendapat potongan harga berupa kupon	Ordinal	2
	<i>Rebates</i>	Memberikan <i>Cashback</i> kepada konsumen setelah pembelian.	Tingkat pemberian <i>Cashback</i> kepada konsumen	Ordinal	3
		Syarat mendapatkan <i>Cashback</i> setelah melakukan pembelian	Tingkat kerumitan syarat untuk mendapatkan <i>Cashback</i>	Ordinal	4
	<i>Price packs</i>	Memberikan paket harga untuk produk yang di butuhkan	Tingkat kebutuhan terhadap produk yang di paket hargakan	Ordinal	5
		Daya Tarik paket harga produk non rokok yang ditawarkan	Tingkat daya tarik paket harga yang ditawarkan saat melakukan pembelian	Ordinal	6
	<i>Point of Purchase</i>	Payfazz Grosir memanjakan tampilan produk pada aplikasi Payfazz	Tingkat pemajangan produk yang di tampilkan pada aplikasi	Ordinal	7

Tabel Lanjutan 3.1

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		Kemenarikan tampilan produk pada aplikasi Payfazz	tingkat kemenarikan tampilan produk yang ditampilkan pada aplikasi Payfazz	Ordinal	8
Bukti Fisik (X2) Petunjuk visual atau berwujud lainnya yang memberi bukti atas kualitas jasa. Gedung, tanah, kendaraan, perabotan interior, perlengkapan, anggota staf, tanda-tanda, barang cetakan, dan petunjuk yang terlihat lainnya memberik bukti atas kualitas jasa. (Lovelock 2019:28).	<i>As attention-creating medium</i>	Memberikan perbedaan tampilan dalam aplikasi dari aplikasi serupa lainnya	Tingkat perbedaan antara aplikasi Payfazz dan aplikasi pesaing serupa lainnya	Ordinal	9
		Kemenarikan tampilan aplikasi Payfazz Grosir	Tingkat kemenarikan tampilan aplikasi yang diberikan oleh Payfazz Grosir	Ordinal	10
	<i>As a message-creating medium</i>	Petunjuk pada tampilan aplikasi terlihat jelas	Tingkat kejelasan petunjuk yang ditampilkan pada aplikasi	Ordinal	11
		Aplikasi Payfazz Grosir memberikan simbol atau isyarat kepada konsumen ketika berbelanja dalam aplikasi	Tingkat pemberian simbol dan isyarat pada aplikasi Payfazz Grosir	Ordinal	12
<i>An effect-creating medium</i>	Pakaian, tanda pengenal SPG dan SPB rapih dan mudah dikenali	Tingkat kerapihan dan kemudahan dalam mengenali karyawan Payfazz Grosir	Ordinal	13	
Keputusan Pembelian (Y)	Pemilihan Produk	Pemilihan <i>e-commerce</i> Payfazz Grosir sesuai dengan kebutuhan	Tingkat kesesuaian pemilihan <i>e-commerce</i> Payfazz Grosir sesuai dengan	Ordinal	14

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Keputusan Pembelian dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan, konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. (Kotler dan Keller 2021:246)			kebutuhan		
		Pemilihan <i>e-commerce</i> Payfazz Grosir karena Produk yang ditawarkan lengkap	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kelengkapan produk yang ditawarkan	Ordinal	15
	Pemilihan merek	Pemilihan atas kepopuleran Payfazz Grosir	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan popularitas	Ordinal	16
		Berbelanja kebutuhan di <i>e-commerce</i> pada Payfazz Grosir berdasarkan citra Payfazz Grosir	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan citra Payfazz Grosir yang baik dibandingkan dengan yang lainnya.	Ordinal	17
	Pemilihan penyalur	Pembelian berdasarkan harga yang terjangkau	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan harga yang ditawarkan terjangkau	Ordinal	18
		Melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan lengkap	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan kelengkapan produk	Ordinal	19
	Waktu pembelian	Melakukan pembelian dengan kurun waktu mingguan	Tingkat memutuskan pembelian dengan kurun waktu mingguan	Ordinal	20

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		Melakukan pembelian secara mendadak	Tingkat memutuskan pembelian secara mendadak	Ordinal	21
	Jumlah pembelian	Jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	22
		Jumlah pembelian berdasarkan adanya bonus atas produk yang ditawarkan	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan adanya bonus atas produk/jasa yang ditawarkan	Ordinal	23
	Metode pembayaran	Mudahnya metode pembayaran dengan menggunakan fitur Kredit Agent	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan kemudahan pembayaran menggunakan fitur Kredit Agent dalam Fitur Payfazz Grosir	Ordinal	24
		Mudahnya pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran COD	Tingkat memutuskan pembelian berdasarkan kemudahan pembayaran COD	Ordinal	25

Sumber : Data diolah Peneliti 2022

Berdasarkan Tabel 3.1 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 25 pernyataan di dalam rancangan kuesioner sedangkan pada bab satu pada kuesioner penelitian

pendahuluan terdapat 22 pernyataan. Perbedaan ini dikarenakan pada kuesioner penelitian pendahuluan hanya menggunakan dimensi dan tujuannya untuk menemukan variabel bermasalah yang akan diteliti. Sedangkan dalam rancangan kuesioner yang terdapat di operasionalisasi variabel disusun menggunakan dimensi, indikator, dan alat ukur untuk membentuk rancangan kuesioner, pada pernyataan di operasionalisasi variabel lebih banyak dibandingkan pernyataan di kuesioner penelitian pendahuluan karena di operasionalisasi variabel peneliti sudah mengetahui variabel yang bermasalah yang diteliti dan di operasionalisasi variabel inilah peneliti lebih memperdalam mengenai rancangan kuesioner yang akan dibagikan kepada responden.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti dan dapat membantu peneliti dalam pengolahan data untuk memecahkan masalah penelitian. Untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan sampel dalam pengolahan data. Sampel merupakan elemen-elemen atau unit-unit dari populasi yang dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik sampling tertentu.

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 ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2017:115) bahwa

populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : Obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah jumlah warung kelontong yang pernah berbelanja melalui aplikasi Payfazz menggunakan fitur Payfazz Grosir di Kota Bandung khusus nya di area *merchant* Toko Yuna Bandung dari Oktober 2021 sampai Februari 2022.

Tabel 3.2
Jumlah Pengunjung Payfazz Grosir di Area *Merchant* Toko Yuna Bandung Oktober 2021 – Januari 2022

No.	Bulan	Jumlah Pembeli
1	Oktober	100
2	November	347
3	Desember	510
4	Januari (2022)	477
5	Februari (2022)	215
Jumlah		1.649
Rata-rata		330

Sumber: Grosir *Merchant* Toko Yuna Bandung, 2022

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013:116) menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi memiliki jumlah yang besar sehingga peneliti menggunakan sampel dari populasi tersebut. Sampel dilakukan karena adanya keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi dana, waktu, tenaga dan jumlah populasi yang sangat banyak. Jadi,

sampel yang diambil harus benar-benar mewakili populasi.

Jumlah anggota sampel yang tepat digunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang diinginkan. Semakin besar tingkat kesalahan, maka semakin kecil jumlah sampel yang digunakan dan sebaliknya semakin kecil tingkat kesalahan, maka semakin besar jumlah sampel yang digunakan. Dalam penelitian ini sampel yang diteliti adalah data pembeli dengan beragam latar belakang yang berbeda. Jumlah sampel untuk responden akan ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin, di mana tingkat kesalahan yang ditolerir adalah sebesar 10%. Penentuan ukuran sampel responden yang ditunjukkan sebagai berikut:

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

Di mana : n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah (10%)

Jumlah dengan tingkat kesalahan yang dapat di tolerir sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90% sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar :

$$\text{Rumus Slovin : } n = \frac{1.649}{1+1.649 (0,1)^2} = 100, \text{ jadi } n = 100$$

Jadi diketahui dari perhitungan untuk ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang, maka sampel 100 orang atau warung dengan tingkat kesalahan 10%.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan

sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampel merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik *sampling* pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:82). *Non probability sampling* terdiri dari *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *sampling incidental*, *sampling* jenuh, dan *snow ball sampling*. Pada penelitian ini menggunakan *sampling incidental*, menurut Sugiyono (2017:83) “*sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data”.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang ada di dalam pengumpulan data ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2017:308) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk diteliti lebih lanjut. Kualitas instrumen penelitian (validitas dan reliabilitas) dan kualitas pengumpulan data (cara yang digunakan untuk mengumpulkan data) adalah hal penting dalam penelitian untuk

mendapatkan dan menghasilkan kualitas data penelitian yang baik. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

- a. Wawancara (*Interview*), yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung dengan responden yang tujuannya untuk memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
- b. Penyebaran Angket (Kuesioner), yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan angket yang berisi pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada responden untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan agar mendapatkan informasi objek yang dijadikan permasalahan pada penelitian.
- c. Pengamatan (*Observation*)

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian, yaitu konsumen pecinta *online shopping* pada *e-commerce* Payfazz Grosir. Menurut Sugiyono (2017:2013) observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data melalui sumber-sumber tidak langsung yang berkaitan dengan topik bahasan, seperti penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan, literatur-literatur, dokumen yang ada kaitannya dengan objek penelitian, misalnya :

- a. Buku-buku yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian.

- b. Jurnal, yaitu data yang berhubungan dengan penelitian yang membahas topik yang sama dan dianggap relevan dengan topik penelitian.
- c. Internet, yaitu dengan cara mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang di publikasikan di internet.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekankan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan.

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:200) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. *Valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah kuesioner. Untuk mencari validitas, harus mengkorelasikan skor dari setiap pertanyaan dengan skor total seluruh pertanyaan. Jika memiliki koefisien korelasi lebih dari 0,3 maka dinyatakan *valid* tetapi jika koefisiennya korelasinya di bawah 0,3 maka dinyatakan tidak *valid*. Dalam mencari nilai korelasi, maka penulis menggunakan metode

Pearson Product Moment dengan rumus 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

n = Jumlah Responden

x = Skor tiap item

y = Skor seluruh item responden uji coba

$\sum X$ = 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 x

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $\leq r$ tabel, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Angka yang diperoleh harus dibandingkan dengan standar nilai korelasi validitas, menurut Sugiyono (2017:125) nilai standar dari validitas adalah sebesar 0,300. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar daripada nilai standar maka

pernyataan valid (signifikan). Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi di bawah 0,300 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Maksud dari uji reliabilitas adalah 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. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid (Sugiyono, 2017:173).

Metode yang digunakan dalam ini adalah metode *Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *Spearman Brown* 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 :

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *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

4. 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 *person product moment* antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

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

- a. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika r hitung $\leq r$ tabel, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan 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 koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data 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 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, piktogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, 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 dipaparkan 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) = *Sales promotion*, (X_2) = Bukti Fisik terhadap variabel dependen (Y) = Keputusan Pembelian.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif digunakan untuk 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. Di mana *Sales Promotion* (X_1), Bukti Fisik (X_2) dan Keputusan Pembelian (Y), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda. Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pernyataan positif dan negatif menurut Sugiyono (2017:93) peneliti sajikan pada halaman selanjutnya.

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2017:93)

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat dilihat alternatif jawaban dan bobot nilai untuk item-item instrumen pada kuesioner. Bobot ini agar memudahkan bagi responden untuk menjawab pertanyaan dalam bentuk kuesioner. Analisis ini menggambarkan

jawaban responden dari kuesioner yang diajukan. Peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian. Menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya:

$$\sum P = \frac{\sum \text{Jawaban kuesioner}}{\sum \text{pernyataan} \times \sum \text{responden}} = \text{skor rata-rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata. Maka hasil tersebut dimasukkan 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 ini :

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

Keterangan :

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

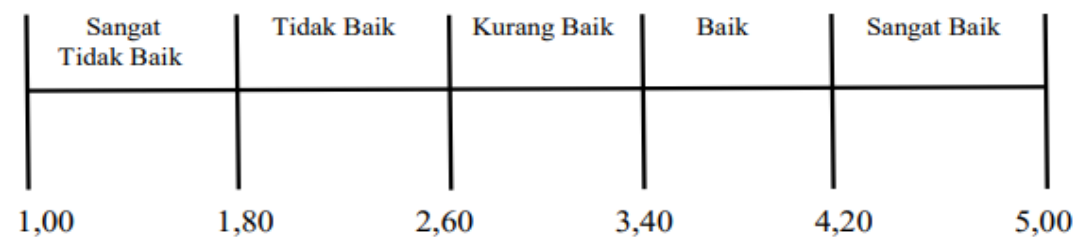
NJI (nilai jenjang Interval) = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Tabel 3.4
Kategori Skala

Rentang Skala	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81-2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Kurang Baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono (2017:95)

Tafsiran nilai rata-rata tersebut dapat diinterpretasikan ke dalam garis kontinum. Garis kontinum dapat dilihat pada Gambar 3.1 di bawah ini :



Sumber : Sugiyono (2017)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Menurut Sugiyono (2017:55) Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh *Sales Promotion* (X1) dan Bukti Fisik (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Untuk mengetahui pengaruh tersebut, maka peneliti menggunakan beberapa metode seperti *method successive interval* (MSI), analisis regresi linier berganda, dan analisis korelasi berganda. Berikut peneliti memaparkan beberapa metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui berapa besar pengaruh

variabel independen terhadap variabel dependen.

3.6.2.1 *Method of Successive Interval (MSI)*

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang di dapat masih dalam bentuk skala ordinal. Peneliti harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut karena peneliti menggunakan metode analisis linier berganda dalam pengolahan datanya.

Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode analisis linier berganda untuk data yang berskala ordinal harus diubah menjadi data dalam bentuk skala interval. Perubahan data dari skala ordinal menjadi skala interval dengan menggunakan teknik *Method of Successive Interval (MSI)* langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah di tentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai Skala (Scale value/SV)

$$SV = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Di mana:

<i>SV (Scala Value)</i>	= Rata-rata interval
<i>Density at lower limit</i>	= Kepadatan batas bawah
<i>Density at upper limit</i>	= Kepadatan batas atas
<i>Area under upper limit</i>	= Daerah di bawah batas atas
<i>Area under lower limit</i>	= Daerah di bawah batas bawah

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

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 [SVmin]$$

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut 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 bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (Bersama-sama) dua variabel bebas (variabel independen X) atau lebih yang terdiri dari X_1 (*sales promotion*), X_2 (bukti fisik) dengan variabel terikat (variabel dependen Y) keputusan pembelian.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Di mana Y adalah variabel dependen dan x adalah variabel independen.

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = *Sales Promotion*

X2 = Bukti Fisik

- α = Konstanta
- b = Koefisien regresi, merupakan besarnya perubahan variabel terikat akibat perubahan tiap-tiap unit variabel bebas.
- e = Standar error

3.6.2.3 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 rumusa korelasi berganda yang peneliti sajikan di halaman berikutnya :

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

Di mana:

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 X1, X2 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	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017:278)

3.6.3.1 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:159) Uji hipotesis untuk mengetahui kebenaran dari dugaan sementara. Hipotesis pada dasarnya diartikan sebagai jawaban bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Pengertian tersebut untuk hipotesis penelitian.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh *sales promotion* dan bukti fisik 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:

3.6.3.2 Uji Hipotesis Silmultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dan F-test ini bertujuan mengetahui pengaruh Bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah-langkah uji F sebagai berikut:

- a. Merumuskan hipotesis

$$H_0 : b_1, b_2, = 0$$

Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel *sales promotion* dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian.

$$H_0 : b_1, b_2, \neq 0$$

Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel *sales promotion* dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian.

- b. Menentukan tingkat signifikansi, yaitu 5% atau 0,05 dan derajat bebas (db) = $n - k - 1$, untuk mengetahui daerah F_{tabel} sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.
- c. Menghitung nilai F_{hitung} untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya Variabel bebas

n = Ukuran sampel

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

(n-k-1) = Derajat kebebasan

- d. Dari perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan pembilangan K dan penyebut dk (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut :

Tolak H_0 jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} \rightarrow H_a$ diterima (signifikan)

Terima H_0 jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} \rightarrow H_a$ ditolak (tidak signifikan)

3.6.3.3 Uji Hipotesis (Uji T)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Merumuskan hipotesis

$H_0 : b_1 = 0,$	Tidak ada pengaruh signifikan <i>sales promotion</i> terhadap keputusan pembelian
$H_a : b_1 \neq 0,$	Terdapat pengaruh signifikan <i>sales promotion</i> terhadap keputusan pembelian
$H_0 : b_2 = 0,$	Tidak ada pengaruh signifikan bukti fisik terhadap keputusan pembelian
$H_a : b_2 = 0,$	Terdapat pengaruh signifikan bukti fisik terhadap keputusan pembelian

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

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

Keterangan :

t_{hitung} = Statistik uji korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

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

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.6.3.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X_1 dan X_2). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin tinggi nilai R^2 menunjukkan bahwa varian untuk variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) dan sebaliknya. Jika nilai R^2 memberikan presentasi varian yang dapat dijelaskan dari model regresi.

1. Analisis koefisien determinasi simultan

Koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel (X_1) *sales promotion* dan (X_2) bukti fisik terhadap keputusan pembelian (Y) atau perhitungan koefisien determinasi secara simultan yang dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut :

$$K_d = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

K_d = Nilai koefisien determinasi

r^2 = kuadrat dari koefisien berganda

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh salah satu variabel independen (X_1, X_2) terhadap variabel dependen (Y)

secara parsial. Rumusan untuk menghitung koefisien determinasi parsial adalah :

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

Keterangan :

B = Beta (*nilai standardized coefficient*)

Zero Order = Matriks korelasi variabel independen dengan variabel dependen
kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

- a. Jika $K_d = (0)$ berarti pengaruh variabel X terhadap Y lemah.
- b. Jika $K_d = (1)$ berarti pengaruh variabel X terhadap Y kuat.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Rancangan kuesioner ini menggunakan skala *likert* (Sugiyono, 2017:93). Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti tahu dengan pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan konsumen. Dalam skala *likert* variabel yang diukur dijabarkan menjadi sub variabel. Kemudian sub variabel dijadikan indikator, dan indikator-indikator ini kemudian dijadikan instrumen penyusun pertanyaan atau pernyataan yang akan diisi oleh responden. Rancangan kuesioner yang dibuat peneliti adalah kuesioner yang bersifat pernyataan yang diberikan, di mana jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh peneliti.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di area *merchant* Toko Yuna Bandung atau warung kelontong yang pernah berbelanja di situs jual beli online Payfazz Grosir yaitu Dago, Tamansari, Sekeloa, Cigadung, Haur Pancuh, Cihampelas, dan Cikutra. Adapun penelitian ini dilaksanakan dari mulai bulan 17 Februari.