

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian yang di gunakan oleh peneliti sebagai suatu langkah dalam mengumpulkan informasi maupun data untuk menjawab rumusan masalah dan menjawab hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:30) menyatakan bahwa “survei merupakan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar ataupun kecil, tetapi data yang dipelajari merupakan data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian alternatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”. Tujuan dari penelitian survei adalah untuk menggambarkan secara detail mengenai latar belakang, sifat-sifat serta karakter yang khas atau kejadian yang bersifat umum.

Menurut Sugiyono (2017:2) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, 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. (Sugiyono, 2017:8). Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data berupa informasi yang berhubungan dengan variabel-variabel atau masalah yang akan diteliti dengan teknik pengambilan sampel melalui survey. Untuk

menjawab permasalahan dalam penelitian ini digunakan penelitian yang bersifat deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017:35) “Metode deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri)”. Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui, mengkaji, dan menjawab rumusan masalah pada bagaimana keragaman produk (X_1), harga (X_2), dan proses keputusan pembelian (Y) pada platform layanan pesan antar makanan online ShopeeFood.

Metode verifikatif adalah metode yang digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan perhitungan statistik. Menurut Sugiyono (2018:8) “suatu penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak”. Dalam penelitian ini, metode verifikatif digunakan untuk mengetahui, mengkaji, dan menjawab seberapa besar pengaruh keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada platform ShopeeFood. Selanjutnya peneliti akan menjelaskan mengenai definisi dan operasionalisasi variabel dalam penelitian.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini akan mengkaji permasalahan yang terkait dengan variabel penelitian. Variabel menurut Sugiyono (2017:38) merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sedangkan operasionalisasi variabel adalah alat yang digunakan untuk melihat lebih jelas alat ukur yang sesuai dalam sebuah penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Pada dasarnya variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang diteliti yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

Variabel bebas menurut Sugiyono (2017:39) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*) yang disimbolkan dengan variabel (X). variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor.

Variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono 2017:39). Variabel bebas sering juga disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Berikut merupakan penjelasan dari setiap variabel dalam penelitian:

1. Keragaman Produk (X_1)

Menurut Kotler dan Keller (2016:402) "*A product mix (also called a product assortment) is the set of all products and items a particular seller offers for sale*".

2. Harga (X_2)

Menurut Fandy Tjiptono (2019:210) menyatakan "Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa".

3. Proses Keputusan Pembelian (Y)

Proses Keputusan keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2016:195) "*the consumer typically passes through five stages: problem recognition, information search, evaluation of alternatives, purchase decision, and post purchase behaviour*".

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan tahapan dalam penelitian dimana variabel variabel dalam penelitian ini akan dijelaskan secara lebih jelas mengenai konsep dimensi dan indikator variabel penelitian yang akan menjadi bahan dalam penyusunan instrumen/ Pernyataan kuesioner penelitian. Operasionalisasi variabel memiliki tujuan untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang diteliti, yaitu variabel bebas Keragaman Produk (X_1), Harga (X_2), dan variabel terikat Proses Keputusan Pembelian (Y). Berikut merupakan operasionalisasi variabel dari penelitian yang akan dilakukan:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
Keragaman Produk (X_1)	Lebar Bauran Produk	Perbedaan jenis merek pada tiap produk yang dijual di setiap lini	Tingkat jenis merek produk ShopeeFood yang dijual setiap lini	Ordinal	1

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
<i>“A product mix (also called a product assortment) is the set of all products and items a particular seller offers for sale”</i> Kotler dan Keller (2016:402)		Kelengkapan produk dibandingkan dengan perusahaan sejenis	Tingkat kelengkapan produk dibandingkan perusahaan sejenis	Ordinal	2
	Panjang bauran produk	Total jenis produk yang dijual dalam bauran sesuai dengan keinginan dan kebutuhan	Tingkat total jenis produk yang dijual dalam bauran	Ordinal	3
		Kelengkapan jenis variasi produk disetiap lini	Tingkat kelengkapan jenis variasi produk pada tiap lini	Ordinal	4
	Kedalaman bauran produk	Jenis pilihan ukuran yang ditawarkan tiap produk	Tingkat jenis variasi ukuran yang ditawarkan tiap produk	Ordinal	5
		Tersedianya produk pelengkap	Tingkat ketersediaan produk pelengkap (contoh : alat makan)	Ordinal	6
	Konsistensi bauran produk	Kemudahan mendapatkan produk	Tingkat kemudahan dalam mendapatkan produk	Ordinal	7

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. item	
		Ketersediaan produk yang dijual	Tingkat ketersediaan produk yang dijual	Ordinal	8	
<p>Harga (X₂)</p> <p>“Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”</p> <p>Fandy Tjiptono (2019:210)</p>	Keterjangkakan Harga	Keterjangkakan harga produk dan harga layanan sesuai dengan kemampuan	Tingkat kemampuan Konsumen mengenai keterjangkakan harga layanan	Ordinal	9	
		Keterjangkakan harga produk oleh berbagai kalangan	Tingkat kemampuan konsumen mengenai harga produk dapat dijangkau oleh berbagai kalangan	Ordinal	10	
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Kesesuaian harga dengan			Ordinal	11
		Kualitas produk yang didapatkan				
		Kesesuaian harga dengan kualitas layanan didapat lebih baik dibanding pesaing	Tingkat harga dengan kualitas layanan lebih baik dibanding pesaing	Ordinal	12	
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga layanan yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diharapkan konsumen	Tingkat kemampuan konsumen mengenai harga layanan yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diharapkan	Ordinal	13	
		Harga sesuai dengan manfaat produk yang diberikan dibanding dengan layanan lain	Tingkat harga sesuai dengan manfaat produk yang diberikan dibanding dengan layanan lain	Ordinal	14	
	Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga	Harga produk yang ditawarkan dapat bersaing dengan layanan sejenis	Tingkat harga produk yang ditawarkan dapat bersaing dengan layanan sejenis	Ordinal	15	
		Harga produk yang ditawarkan lebih terjangkau dari pesaing	Tingkat kemampuan konsumen dalam harga produk yang ditawarkan lebih terjangkau dari pesaing	Ordinal	16	
	<p>Proses Keputusan Pembelian (Y)</p>	<i>Problem Recognition</i>	Pengenalan kebutuhan untuk menggunakan layanan	Tingkat kemampuan konsumen dalam pengenalan kebutuhan	Ordinal	17

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
<p>“The consumer typically passes through five stages: problem recognition, information search, evaluation of alternatives, purchase decision, and post purchase behaviour”</p> <p>Kotler dan Keller (2016:195)</p>	Information search	Pengenalan merek layanan untuk memenuhi kebutuhan	Tingkat kemampuan konsumen dalam pengenalan layanan ShopeeFood untuk memenuhi kebutuhan	Ordinal	18
		Mencari informasi terkait layanan ShopeeFood	Tingkat kemampuan konsumen dalam mencari informasi terkait layanan ShopeeFood	Ordinal	19
		mencari informasi harga produk pada layanan ShopeeFood	Tingkat kemampuan konsumen dalam mencari informasi harga produk pada layanan ShopeeFood	Ordinal	20
	Evaluation of alternatives	Menilai kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan penilaian	Tingkat kemampuan konsumen dalam menilai kualitas produk yang dirasakan melalui penilaian	Ordinal	21
		Menilai produk melalui harga yang ditawarkan layanan sesuai dengan kemampuan	Tingkat kemampuan konsumen dalam menilai produk melalui harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan	Ordinal	22
	Purchase Decision	Menentukan untuk menggunakan layanan ShopeeFood	Tingkat kemampuan konsumen dalam memutuskan membeli produk pada shopeefood	Ordinal	23
		Memutuskan untuk melakukan pembelian melalui shopeefood karena menyediakan beragam menu makanan	Tingkat kemampuan konsumen dalam memutuskan untuk membeli makanan melalui layanan shopeefood karena pilihan menu yang lengkap	Ordinal	24
	Postpurchase Behavior	Puas menggunakan layanan shopeefood	Tingkat kepuasan konsumen setelah pembelian melalui layanan shopeefood	Ordinal	25
		Merekomendasikan layanan shopeefood untuk pesan antar makanan online	Tingkat kemampuan konsumen merekomendasi layanan shopeefood	Ordinal	26

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian dan dengan

menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah pengolahan data maka akan diambil bagian, jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) bahwa 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.

Penelitian ini dilakukan pada platform layanan pesan antar makanan online ShopeeFood. Berdasarkan Gambar yang berisikan hasil survey Tenggara Strategics menyatakan bahwa konsumen Gen Z dalam rentang usia kurang dari 25 Tahun mewakili 43% dari pengguna terbesar layanan *online food delivery* di Indonesia, dan sebanyak 39% konsumen Generasi Milenial dalam rentang usia 25-40 Tahun juga diketahui sebagai konsumen dengan penggunaan layanan pesan antar makanan (*online food delivery*) kedua terbesar di Indonesia. Selanjutnya, wilayah Kota Bandung yang terletak pada Provinsi Jawa Barat adalah salah satu wilayah yang memiliki jumlah penduduk terbesar di Indonesia berdasarkan pada data menurut

Berdasarkan hasil data dalam penentuan suatu populasi harus berangkat pada kriteria tertentu yang telah ditetapkan, sehingga dalam penelitian ini ditentukan populasi penelitian yaitu responden yang berada di Kota Bandung dalam rentang usia 17-25 tahun. Selanjutnya seperti yang diketahui bahwa responden dalam rentang usia 17-25 tahun adalah responden dalam kategori sedang menjalankan Pendidikan dalam bangku perkuliahan, dan Universitas Pasundan adalah salah satu universitas atau perguruan tinggi yang memiliki jumlah mahasiswa terbanyak di Kota Bandung dengan Fakultas unggulan yang memiliki jumlah mahasiswa terbanyak adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Adapun dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan memiliki jumlah mahasiswa terbanyak pada Program Studi Manajemen, sehingga populasi yang paling sesuai dan telah ditetapkan dalam penelitian ini adalah

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan tahun akademik 2022/2023 yang diperoleh dari SBAP FEB Unpas dengan jumlah total mahasiswa aktif yaitu 1.453 orang mahasiswa yang terdiri dari mahasiswa angkatan tahun 2017 sampai dengan tahun 2022 seperti yang terlampir pada tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Rekapitulasi Mahasiswa Program Studi Manajemen
Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023

No	Angkatan	Jumlah Mahasiswa		
		Aktif	Non Aktif	Total
Program Studi Manajemen				
1	2017	10	352	362
2	2018	85	308	393
3	2019	338	95	433
4	2020	282	55	337
5	2021	313	51	364
6	2022	425	6	431
Total		1.453	867	2.320
Rata-rata		387		

Sumber: SBAP FEB Unpas, 2023

Berdasarkan Tabel 3.2 menjelaskan bahwa jumlah mahasiswa program studi manajemen tahun akademik 2022/2023 terdiri dari mahasiswa pada angkatan tahun 2017-2022 dengan total 1.453 orang mahasiswa.

Dengan demikian populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah rata-rata dari jumlah keseluruhan mahasiswa program studi manajemen tahun akademik 2022/2023 sebanyak 387 orang yang akan dibagi dengan jumlah angkatan sebanyak 6 tahun angkatan.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:81) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi yang ada pada penelitian. Untuk menentukan besarnya sampel

yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin dalam Mustafa (2015:90) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e=10\%$ adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

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

Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 387 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) atau dapat disebut tingkat keakuratan 90% sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung peneliti sebagai berikut:

$$n = \frac{387}{1 + 387 (0,1)^2}$$
$$n = 99,7$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian ini sejumlah 99,7 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Sehingga dalam penelitian ini ukuran sampel yang diambil peneliti sekurang kurangnya sejumlah 100 orang.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* meliputi, *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *area random*. *Non-probability sampling* meliputi, sampling sistematis, sampling

kuota, sampling aksidental, *purposive sampling*, sampling jenuh, dan *snowball sampling*. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*.

Teknik *non probability sampling* ini menurut Sugiyono (2017:84) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *non probability sampling* terdiri dari sampling sistematis, sampling kouta, sampling aksidental, *purposive sampling*, sampling jenuh, dan *snowball sampling*.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *purposive sampling*, menurut Sugiyono (2017:85) *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang diperkirakan paling cocok untuk dikumpulkan datanya. Adapun kriteria yang dijadikan sampel penelitian akan dilampirkan dalam Tabel 3.3 berikut:

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

KARAKTERISTIK RESPONDEN	
Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none"> ○ Laki- Laki ○ Perempuan
Usia	<ul style="list-style-type: none"> ○ 17- 19 Tahun ○ 20 – 22 Tahun ○ 23 – 25 Tahun ○ 26 – 28 Tahun
Pekerjaan	Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pasundan
Jumlah Uang Saku Per-bulan	<ul style="list-style-type: none"> ○ Rp 500.000 ○ Rp 500.000 – Rp 1.000.000 ○ Rp 1.000.000 – Rp. 1.500.000 ○ Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000 ○ > Rp. 2.000.000
Frekuensi Kunjungan pada Platform ShopeeFood (dalam 1 bulan)	<ul style="list-style-type: none"> ○ < 3 Kali ○ > 3 Kali
Frekuensi Pembelian Produk Pada Layanan ShopeeFood (dalam 1 Bulan)	<ul style="list-style-type: none"> ○ < 3 Kali ○ > 3 Kali

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:224), Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Adapun teknik pengumpulan data informasi yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari 2 jenis penelitian yaitu:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian di lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, diperoleh melalui:

a. Wawancara

Wawancara yaitu 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 respondennya sedikit atau kecil. (Sugiyono, 2017:137).

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. (Sugiyono, 2017:142).

c. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. (Sugiyono, 2017:145).

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. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara mempelajari dan membaca berbagai sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi kepustakaan data yang diperoleh dari buku, majalan dan lainnya, yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

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 dipublikasikan di internet, baik berbentuk jurnal, makalah dan karya ilmiah.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian yaitu uji untuk memperoleh hasil data apakah instrumen penelitian ini layak atau tidak untuk dipakai dalam penelitian ini. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan 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

Validitas menurut Sugiyono (2017:267) merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan

demikian data yang valid adalah data "yang tidak berbeda" antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya setiap butir instrument yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasi antara skor dari setiap butir dengan skor total. Adapun dari perhitungan pengujian validitas konstruksi menghasilkan koefisien korelasi tiap faktor positif dan besarnya skor diatas 0,30 maka dapat dikumpulkan bahwa data yang diperoleh dari semua pertanyaan merupakan data yang valid/kuat, sedangkan koefisien korelasi dibawah 0,30 maka data yang diperoleh merupakan data yang tidak valid (Sugiyono, 2014:126). Metode korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n (\sum x_1 y_1) - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi Product Moment

X = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

Y = Skor total instrumen

n = Jumlah responden dalam uji instrument

$\sum X$ = 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

Dengan dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package For The Social Sciences*). Tujuannya adalah untuk menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan yang dapat dilihat dari *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r hitung yang merupakan nilai dari *Corrected Item-Total Correlation* $> 0,3$.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana semua alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan). Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2017:121) Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *split-half method* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pertanyaan genap, 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 :

$$R_{xy} = \frac{n \sum AB - (\sum A \sum B)}{\sqrt{[n(\sum A^2 - (\sum A)^2)][n(\sum B^2) - (\sum B)^2]}}$$

Keterangan:

R_{xy} = 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

4. Hitung angka reabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus kolerasi

Spearmen Brown sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Nilai reabilitas

r_b = Korelasi *pearson product moment* antar belahan ganjil belahan genap, batas reabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumalh responden dan taraf nyata. Berikut keputusannnya :

1. Bila $r_{hitung} \geq$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
2. Bila $r_{hitung} \leq$ 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 koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.5.3 *Method Of Succesive Interval (MSI)*

Data yang didapatkan dari penelitian ini berupa data yang berskala ordinal. Agar memudahkan dalam pengolahan data maka data harus terlebih dahulu diubah menjadi data berskala interval. Untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan teknik *Method Of Succesive Interval*. Langkah – langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Tentukan dengan tegas variabel apa yang akan diukur.
2. Tentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut sebagai proporsi.
4. Tentukan 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) dengan rumusan sebagai berikut:

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

Dimana :

SV (Scale Value) : Rata-rata interval density

Density at upper limit : Kepaduan batas atas

Density at lower limit : Kepadua batas bawah

Area under upper limit : Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit : Daerah dibawah batas bawah

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

$$y = sv + [k]$$
$$k = 1 [SV \text{ min}]$$

catatan, nilai Sv terkecil atau nilai negative terbesar diubah menjadi sama dengan 1 (satu).

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono (2017:244) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Pengolahan data dilakukan dengan cara data yang telah dikumpulkan, diolah, dan disajikan dalam bentuk tabel. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

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 statistic deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis kolerasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dalam 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 dipahami bahwa analisis data digunakan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan peneliti, karena analisis data yang

dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel dependen (X1) = keragaman produk, (X2) = Harga, terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generasi (Sugiyono, 2017:147).

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dan variabel penelitian. Dalam penelitian, peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen (bebas) dan dependen (terikat) yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Skor atas pilihan jawaban diajukan untuk pernyataan positif dan negatif menurut Sugiyono (2017:93) sebagai berikut:

Tabel 3.4
Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2017:94)

Berdasarkan Tabel 3.4 ketika data tersebut terkumpul, kemudian dilakukan suatu pengolahan data yang disajikan dalam bentuk tabel dan harus dianalisis. Penulis menggunakan analisis deskriptif atas variabel Independen dan Dependennya yang selanjutnya akan dilakukan suatu pengklasifikasian dari hasil kuesioner yang dibagikan terhadap jumlah total skor

responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Penskoran dilakukan dengan menggunakan skala Likert dengan interval skor 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai dengan skor 5 (Sangat Setuju). Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya:

$$\frac{\sum \text{Jawaban Kuisisioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor Rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut :

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}}$$

Keterangan:

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

$$\text{Rentang Skor} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat diketahui kategori skala tabel yang akan disajikan pada Tabel 3.5 pada halaman selanjutnya sebagai berikut:

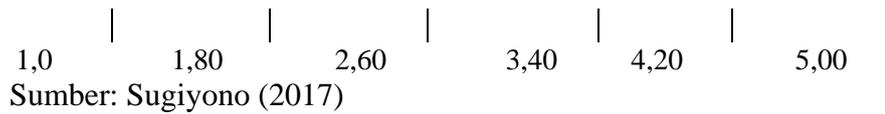
Tabel 3.5
Kategori Skala

Skala	Kategori
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 (2018: 134)

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum adalah sebagai berikut:

Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Kurang Baik	Baik	Sangat Baik



Gambar 3.1 Garis Kontinum

Keterangan garis kontinum:

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

3.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut (Sugiyono, 2018:54), Analisis verifikatif yaitu suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keragaman produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut:

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menyatakan hubungan fungsional antara *variable independent* dan *variable dependent*. Analisis regresi digunakan terutama untuk tujuan peramalan dalam model tersebut ada sebuah variable dependen dan beberapa variable independen. Regresi berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian layanan pesan antar makanan online ShopeeFood. Adapun persamaan yang digunakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b1,b2 = Koefisien regresi

X1 = Keragaman Produk

X2 = Harga

e = Tingkat Error (Error them) atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain keragaman produk dan harga.

3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Maksud dari analisis ini yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Korelasi yang digunakan adalah korelasi berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$R_{xy} = \frac{JK(reg)}{JK\ total}$$

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien Korelasi Berganda

JK(reg) = Jumlah Kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

JK(total) = Jumlah Kuadrat total korelasi

Nilai r yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ dan untuk masing – masing nilai r adalah :

1. Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2 dan Y yang positif
2. Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2, dan Y yang negatif
3. Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi antara variabel X1, X2, dan Y

Besarnya koefisien korelasi berkisar antara +1 s/d -1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (strength) hubungan linear dan arah hubungan dua variabel acak. Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.6
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval	Korelasi Kriteria
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 - 1000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017: 184)

3.6.3 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:64) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian 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. Uji hipotesis antara variabel Keragaman Produk (X1), Harga (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) dengan menggunakan uji simultan dan parsial, sebagai berikut:

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (bebas) mampu menjelaskan variabel dependennya (terikat), maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan Uji F. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian ini menggunakan Uji F dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

H₀: $b_1 = b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Keragaman Produk dan Harga terhadap proses keputusan pembelian pada ShopeeFood.

H1: $b_1 = b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh secara simultan variabel Keragaman Produk dan Harga terhadap proses keputusan pembelian pada ShopeeFood.

2. Menentukan tingkat signifikan yaitu $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.
3. 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 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

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

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

4. Perhitungan tersebut akan diperoleh F dengan pembilang K dan penyebut dk $(n-k-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut:
 1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (signifikan)
 2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan).

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t (t-test) digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, variabel independen dalam penelitian ini adalah keragaman produk dan harga, sedangkan variabel dependennya adalah proses keputusan pembelian. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Nilai t_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coefficient*, hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis
 - a) $H_0: b_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh Keragaman Produk terhadap keputusan pembelian.
 - b) $H_1: b_1 \neq 0$, terdapat pengaruh Keragaman Produk terhadap keputusan pembelian.
 - c) $H_0: b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian.
 - d) $H_1: b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian
2. Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 10%, dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

t = Statistik Uji Korelasi

r = Korelasi parsial

n = Jumlah sampel

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

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (signifikan)
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak signifikan)

3.6.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)

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

1. Analisis koefisien determinasi simultan

Koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel yang dimana keragaman produk (X1) dan harga (X2) keputusan pembelian variabel (Y) dan perhitungan koefisien determinasi secara simultan yang dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Kuadrat dan Koefisien korelasi berganda

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independent terhadap variabel dependent, di mana variabel bebas lainnya dianggap konstan/tetap. Untuk mengetahui besar pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas digunakan analisis koefisien determinasi secara parsial yang dapat diketahui sebagai berikut:

$$Kd = \text{Beta} \times \text{zero order} \times 100\%$$

Keterangan:

Beta = Standar koefisien Beta (nilai b1,b2,b3)

Zero Order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

- a) $Kd = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap Y lemah
- b) $Kd = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap Y kuat.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan berupa item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan untuk dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting.

Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel.

Kuesioner itu berisi pernyataan mengenai variabel keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel penelitian. Responden memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala likert.

3.8 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Berdasarkan pada pertimbangan kebutuhan data yang diperlukan dalam menyusun proposal ini, maka peneliti mengadakan penelitian pada mahasiswa/i Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan tahun akademik 2022/2023. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2023 sampai dengan selesai.