

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) tentang:

1. Hubungan antara *visual merchandising* dengan keputusan pembelian.
2. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di warga RW. 001 Kelurahan Dukuh Kecamatan Kramat Jati di Jakarta. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan bahwa di tempat tersebut terdapat masalah mengenai keputusan pembelian *carrefour Tamini Square*. Selain itu, karena faktor keterjangkauan, yaitu kesediaan ketua RW. 001 menerima dan memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti di lingkungan RW. 001 tersebut, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 3 (tiga) bulan, yaitu terhitung dari bulan Maret 2017 sampai dengan Juni 2017. Waktu tersebut

merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”⁵⁷. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pendekatan korelasional. Alasan penelitian menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Kerlinger mengemukakan bahwa:

Metode *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi, dan hubungan-hubungan antar *variable* sosiologis maupun psikologis⁵⁸.

Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara tiga variabel, yaitu variabel bebas 1 (*visual merchandising*), variabel bebas 2 (Kualitas

⁵⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 3.

⁵⁸*Ibid.*, h. 12.

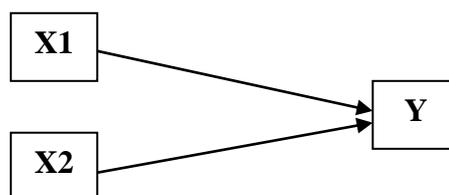
Pelayanan) yang diberi *symbol* X, sebagai variabel terikat (Keputusan Pembelian) yang diberi *symbol* Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *visual merchandising* dengan keputusan pembelian.
2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

Hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan dalam konstelasi sebagai berikut:



Keterangan:

X1 : *Visual Merchandising*

X2 : Kualitas Pelayanan

Y : Keputusan Pembelian

→ : Arah Hubungan

D. Populasi dan Sampling

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”⁵⁹.

⁵⁹*Ibid.*, h. 119.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga RT. 001, 002, 005, 006, dan 007 pada RW. 001 Kelurahan Dukuh Kecamatan Kramat Jati di Jakarta yang memutuskan membeli di *carrefour Tamini Square*. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan survei awal melalui wawancara langsung diketahui bahwa warga RW. 001 Kelurahan Dukuh Kecamatan Kramat Jati di Jakarta banyak yang melakukan keputusan membeli di *carrefour Tamini Square*.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁶⁰.

Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Sugiyono mengatakan bahwa “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”⁶¹. Yaitu konsumen yang memutuskan pembelian pada *carrefour Tamini Square*.

Dalam penelitian ini, yang menjadi sampel adalah warga RT. 005, 006 dan 007 RW. 001 Kelurahan Dukuh Kecamatan Kramat Jati di Jakarta yang memutuskan membeli di *carrefour Tamini Square* yang berjumlah 105 orang.

Tabel III. 1. Sampel

Rukun Tetangga	Jumlah
005	28
006	29
007	48
Total	105

⁶⁰*Ibid.*, h. 120.

⁶¹*Ibid.*, h. 126.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian meneliti tiga variabel, yaitu *visual merchandising* (variabel X_1), kualitas pelayanan (variabel X_2) dan keputusan pembelian (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah sebuah proses dalam menyelesaikan permasalahan pelanggan ketika mereka akan membeli sebuah produk jasa tertentu.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama, yaitu rangsangan internal dengan sub indikator dari diri sendiri; indikator kedua, yaitu rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain. Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator pertama, yaitu sumber pribadi dengan sub indikator pertama yaitu, keluarga, sub indikator kedua, yaitu teman; indikator kedua, yaitu sumber komersial dengan sub indikator pertama iklan; indikator yang ketiga, sumber pengalaman dengan sub indikator pertama yaitu, pernah menggunakan. Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu memilih diantara dua atau lebih alternatif jasa. Dimensi keempat adalah

pembelian dengan indikator pertama, yaitu membeli merek yang disukai.

c. Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang di uji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.2.

Tabel III. 2.
Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		<i>Drop</i>	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan Kebutuhan	Rangsangan Internal	Diri Sendiri	1, 2, 3,			1, 2,3		1, 2, 3	
	Rangsangan Eksternal	Pengaruh orang lain	4	29		4		4	20
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	Keluarga	6, 7, 8, 9		8	6, 7, 9		5, 6, 7	
		Teman	5, 10, 11, 12, 13	24	5	10, 11, 12, 13,		8, 9, 10, 11,	15
	Sumber Komersial	Iklan	14, 15,	25	14	15	25	12	21
	Sumber Pengalaman	Pernah mengunjungi	16, 17	26		16, 17	26	13, 14	22

Evaluasi alternatif	Memilih di antara dua atau lebih alternatif		18, 19, 20, 21	27	21	18, 19, 20	27	16, 17, 25	23
Pembelian	Membeli merek yang disukai		22, 23	28				18, 19	24

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel. III. 3.
Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada tabel III.2.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu

seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada tabel III.2. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 warga yaitu RT. 001 (11 orang) dan RT. 002 (19 orang) pada RW. 001 Kelurahan Dukuh Kecamatan Kramat Jati di Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}^{62}$$

Dimana :

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 hal 113) dari 29 pernyataan tersebut,

⁶²Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 86.

setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 25 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{63}$$

Dimana :

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan ruus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}^{64}$$

Dimana :

- Si^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 0,93$ $St^2 = 143,93$ dan r_{ii} sebesar 0,8426 (proses perhitungan terdapat pada lampiran

⁶³*Ibid.*, h. 89.

⁶⁴Sudjana, *Metoda Statistika* (Bandung: PT. Tarsito, 2005), h. 94.

10 hal 115). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 25 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

2. *Visual Merchandising* (Variabel X₁)

a. Definisi Konseptual

Visual merchandising adalah presentasi terbaik dari sebuah *hypermarket* dan semua produk yang dijual di toko tersebut dengan cara yang akan menarik perhatian pelanggan mereka.

b. Definisi Operasional

Visual merchandising dapat diukur dengan delapan indikator. Indikator pertama *audio visual merchandising* dengan sub indikator pertama adalah *end gondola panel*. Sub indikator kedua adalah *Product tester* Indikator kedua adalah *special display stand* dengan sub indikator yaitu *display* dengan desain khusus dan unik (Hari Raya Idul Fitri, Hari Raya Idul Adha, Natal). Indikator ketiga adalah *mini display stand* (displai menggunakan stand kecil). Indikator keempat adalah *cut boxes display* (displai produk dengan karton). Indikator kelima adalah *basket display* (displai menggunakan keranjang) dengan sub indikator pertama yaitu tampilan produk untuk promosi baru, sub indikator kedua yaitu produk yang di obral / *sale*, sub indikator ketiga yaitu tampilan produk yang tidak laku. Indikator keenam adalah *giant display*

(displai produk yang berbentuk menyerupai gunung). Indikator ketujuh adalah *circular display* (tampilan berbentuk bulat). Indikator kedelapan adalah *wall display* (tampilan produk di tembok).

c. Kisi-kisi Instrumen *Visual Merchandising*

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel *visual merchandising* yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel *visual merchandising*. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.4.

Tabel III. 4.
Kisi-kisi Instrumen *Visual Merchandising* (Variabel X₁)

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		<i>Drop</i>	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Audio visual merchandising</i>	<i>end gondola panel</i> (rak barang)	1	11		1	11	1,	10
	<i>Product taster</i>	12, 27	28	28	12, 27		11, 24	
<i>special display stand</i>	Desain khusus dan unik (Hari Raya)	2, 15, 17	13		2, 15, 17	13	2, 14, 16	12
<i>Mini display stand</i> (display menggunakan stand kecil)		3, 14	16		3, 14	16	3, 13	15
<i>Cut boxes display</i> (display menggunakan karton)		4, 18			4, 18		4, 17	
<i>Basket display</i> (displai menggunakan keranjang)	Produk untuk promosi baru	5	19		5	19	5,	18
	Produk yang di obral / sale	6, 20	21	20	6,	21	6	19
	Produk yang tidak laku	7			7		7	
<i>Giant display</i> (tampilan produk berbentuk gunung)		8, 22	23	23	8, 22		8, 20	
<i>Circular display</i>		9, 10	25	10	9	25	9	22

(tampilan produk berbentuk bulat)								
Wall display (tampilan produk di tembok)		24	26		24	26	21	23

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban.

Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 5.
Skala Penilaian Instrumen *Visual Merchandising*

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen *Visual Merchandising*

Proses pengembangan instrumen *visual merchandising* dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel *visual merchandising* terlihat pada tabel III.4.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel *visual merchandising* sebagaimana tercantum pada tabel III.4. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 warga yaitu RT. 001 (11 orang) dan RT. 002 (19 orang) pada RW. 001 Kelurahan Dukuh Kecamatan Kramat Jati di Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}^{65}$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan dari 28 pernyataan

⁶⁵Djaali dan Pudji Muljono, *Loc. Cit.*,

(proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 hal 122) setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 24 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{66}$$

Dimana :

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}^{67}$$

Dimana :

- Si^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

⁶⁶*Ibid.*, h. 89.

⁶⁷Sudjana, *Loc.Cit.*

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,85$ $S_t^2 = 123,33$ dan r_{ii} sebesar 0,828 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 16 hal 124). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 24 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur *visual merchandising*.

3. Kualitas Pelayanan (Variabel X₂)

a. Definisi Konseptual

Kualitas pelayanan adalah sikap / penilaian dari konsumen *carrefour* terhadap pelayanan terbaik yang diberikan oleh *carrefour*.

b. Definisi Operasional

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi. Dimensi pertama adalah realibilitas (*realibility*) dengan indikator pertama ialah memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat. . Dimensi kedua adalah daya tanggap (*responsiveness*) dengan indikator yaitu kesediaan wiraniaga membantu. Dimensi ketiga adalah jaminan (*assurance*) dengan indikator pertama yaitu kesopanan, ramah. Indikator kedua yaitu keyakinan. Dimensi keempat adalah empati (*emphaty*) dengan indikator perhatian kepada pelanggan. Dimensi kelima adalah bukti fisik (*tangibles*) dengan indikator pertama yaitu peralatan dengan sub indikator pertama adalah penitipan

barang dan sub indikator kedua trolley. Indikator kedua adalah alat komunikasi dengan sub indikator yaitu kotak saran.

c. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.6.

Tabel III. 6.
Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Pelayanan (Variabel X₂)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Keandalan (<i>reliability</i>)	Jasa yang dijanjikan		1, 5	3	3	1		1, 4	
Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)	Kesediaan wiraniaga membantu		2, 4	6	6	2,4, 5		2, 3	
Jaminan (<i>assurance</i>)	Kesopanan		7	9	9	7		5	
	Keyakinan		8, 10			8, 10		6, 7	
Empati (<i>emphaty</i>)	Perhatian kepada pelanggan		11, 12, 13, 14	22, 23, 24, 25		11, 12, 13, 14	22, 23, 24, 25	8, 9, 10, 11	19, 20, 21, 22

Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	Peralatan	Penitipan barang	15, 16, 17			15, 16, 17		12, 13, 14	
		Trolley	18, 19, 26	27	26	18, 19	27	15, 16	23
	Alat komunikasi	Kotak saran	20, 21, 28		28	20, 21		17, 18	

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrument penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban.

Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 7.
Skala Kualitas Pelayanan

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Kualitas Pelayanan

Proses pengembangan instrumen kualitas pelayanan dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas pelayanan terlihat pada tabel III.6.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas pelayanan sebagaimana tercantum pada tabel III.6. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 warga yaitu RT. 001 (11 orang) dan RT. 002 (19 orang) pada RW. 001 Kelurahan Dukuh Kecamatan Kramat Jati di Jakarta sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}^{68}$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrument

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan

⁶⁸Djaali dan Pudji Muljono, *Loc.Cit.*

terdapat pada lampiran 20 hal 131) dari 28 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 5 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 23 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{69}$$

Dimana :

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}^{70}$$

Dimana :

- Si^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

⁶⁹*Ibid.*, h. 89.

⁷⁰Sudjana, *Loc.Cit.*

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 1,16$ $S_t^2 = 125,93$ dan r_{ii} sebesar 0,822 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 22 hal 133). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 23 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kualitas pelayanan.

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data penelitian ini menggunakan program aplikasi Microsoft excel. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y Atas X

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *Liliefors*, pada taraf signifikan (α) = 0,05.

Dengan hipotesis statistik:

H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal

H_1 : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian:

Terima H_0 jika $L_{hitung} < L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

Tolak H_0 jika $L_{hitung} > L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

Dalam penelitian ini variabel X yang dimaksud dalam prosedur di atas adalah $(Y - \hat{Y})$.

b. Uji Linieritas Regresi

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan Microsoft excel menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”⁷¹.

Sedangkan, kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linier.

2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mendefinisikan hubungan linier antara satu variabel *independent* dan satu variabel *dependent*. Hasil dari analisis korelasi hanya untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan linier antara variabel saja. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

⁷¹Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian* (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015, h. 180).

$$\hat{Y} = a + bX_i^{72}$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat

X = variabel bebas

a = konstanta (Nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = koefisien regresi variabel bebas

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan *visual merchandising* (X_1) dengan keputusan pembelian (Y) dan hubungan kualitas pelayanan (X_2) dengan keputusan pembelian (Y).

Hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = 0 \qquad H_1 : b_1 \neq 0$$

$$H_0 : b_2 = 0 \qquad H_1 : b_2 \neq 0$$

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan variabel X_1 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel) dan variabel X_2 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel), maka menghitung r_{xy} dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \quad 73$$

Dimana :

r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan

$\sum x$ = Jumlah skor dalam sebaran X

⁷²Sugiyono, *Op.Cit.*, h. 247.

⁷³*Ibid.*, h. 241.

$\sum y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

a. Uji-t

Menurut Syofian, “Uji-t digunakan ketika informasi mengenai nilai *variance* (ragam) populasi tidak diketahui”⁷⁴. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t) dengan menggunakan Microsoft excel. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan *visual merchandising* (X_1) dengan keputusan pembelian (Y) dan kualitas pelayanan (X_2) dengan keputusan pembelian (Y).

t_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan:

t_{hitung} = Skor signifikan koefisien korelasi
 r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*
 n = banyaknya sampel/data

Selanjutnya Sugiyono menambahkan, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ H_0 diterima
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ H_0 ditolak ⁷⁶.

4. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (r^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketetapan hubungan antara variabel independen dengan

⁷⁴Syofian Siregar, *Statistka Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h. 257.

⁷⁵Sugiyono, *Op.Cit.*, h. 243.

⁷⁶*Ibid.*

variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X (X_1, X_2, \dots, X_k), yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi, semakin baik kemampuan variabel X menerangkan atau menjelaskan variabel Y.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2$$

Dimana

KD = Koefisien Determinasi

R_{xy} = Koefisien Korelasi *Product Moment*

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Untuk Penelitian* (Bandung : Alfabeta, 2012), h. 231.