

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 (reliabel) tentang :

1. Hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian.
2. Hubungan antara promosi dengan keputusan pembelian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan bahwa di tempat tersebut terdapat masalah mengenai keputusan pembelian pada mahasiswa di *7-Eleven* Jalan Pemuda Rawamangun Jakarta. Selain itu, karena faktor keterjangkauan peneliti.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 4 (empat) bulan, yaitu terhitung dari bulan Maret 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”⁵¹. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Lawrence dalam buku Sugiyono mengemukakan bahwa :

*Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief o behavior*⁵².

Artinya, penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

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 koresional dapat dilihat hubungan antara variabel bebas 1

⁵¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), h.3.

⁵²*Ibid.*, h. 12.

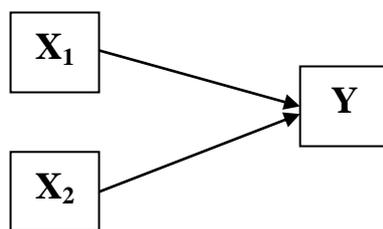
(Lokasi) dengan variabel terikat (Keputusan Pembelian) dan bebas 2 (Promosi) dengan variabel terikat (Keputusan Pembelian) sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa :

1. Terdapat hubungan yang positif signifikan antara lokasi dengan keputusan pembelian.
2. Terdapat hubungan yang positif signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian.

Maka, konstelasi hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel Bebas (X_1) : Lokasi

Variabel Bebas (X_2) : Promosi

Variabel Terikat (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”⁵³.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang memutuskan membeli di *7-Eleven* Jalan Pemuda Rawamangun Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan *survey* awal melalui wawancara langsung diketahui bahwa mahasiswa di seluruh angkatan tersebut banyak konsumen yang melakukan keputusan membeli di *7-Eleven* Jalan Pemuda Rawamangun Jakarta.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁵⁴. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*.

Sugiyono mengatakan bahwa, “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.”⁵⁵.

Untuk penelitian ini sampel sumber datanya adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang memutuskan membeli di *7-Eleven* Jalan Pemuda Rawamangun Jakarta yang berjumlah 84 orang.

⁵³*Ibid.*, h.119.

⁵⁴*Ibid.*, h.120.

⁵⁵*Ibid.*, h.126.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu Lokasi (variabel X_1), Promosi (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 tahapan – tahapan yang dilakukan oleh konsumen ketika akan membeli dari 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 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 yang kedua, yaitu sumber komersial dengan sub indikator pertama ialah 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 diujicobakan 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.

Tabel III. 1

Kisi - Kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y)

| Dimensi | Indikator | Sub Indikator | Butir Uji Coba | | Drop | No. Butir Valid | | No. Butir Final | |
|----------------------|---|---------------------|----------------|--------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|
| | | | (+) | (-) | | (+) | (-) | (+) | (-) |
| Pengenalan kebutuhan | Rangsangan internal | Diri sendiri | 1,7 | 18 | 7 | 1 | 18 | 1 | 14 |
| | Rangsangan eksternal | Pengaruh orang lain | 12,15 | 17,29 | 29 | 12,15 | 17 | 8,11 | 13 |
| Pencarian informasi | Sumber pribadi | Keluarga | 2,13, 23,32 | 2,11, 16, 33 | | 2,13, 23,30 | 2,11, 16,33 | 2,9, 17,23 | 3,7, 12,2 5 |
| | | Teman | 19,32 | 6,34 | | 19,32 | 6,34 | 15,24 | 4,26 |
| | Sumber komersial | Iklan | 9 | 26 | | 9 | 26 | 6 | 20 |
| | Sumber pengalaman | Pernah menggunakan | 21 | 24 | | 21 | 24 | 16 | 18 |
| Evaluasi alternatif | Memilih di antara dua atau lebih alternatif | | 5,10, 22, 28 | 3,5, 27,31 | 3,5,10, 22, 31 | 28 | 27 | 22 | 21 |
| Pembelian | Membeli merek yang disukai | | 20,25 | 8,14 | 20 | 25 | 8,14 | 19 | 5,10 |

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. 2

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 berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada Tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

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.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri 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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_i x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{56}$$

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 4 halaman 100) dari 34 pernyataan tersebut, setelah

divalidasi terdapat 8 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid

dan tetap digunakan sebanyak 26 pernyataan.

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

⁵⁶ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 86.

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{57}$$

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:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 58$$

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2=0,49$, $St^2 = 139,13$ dan r_{ii} sebesar 0,873 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 104). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 26 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

⁵⁷*Ibid.*, h. 89.

⁵⁸Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung : PT. Tarsito, 2005), h. 94.

2. Lokasi (Variabel X1)

a. Definisi Konseptual

Lokasi adalah tempat untuk serangkaian kegiatan perusahaan yang terkait dengan semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan jasa pada konsumen.

b. Definisi Operasional

Lokasi diukur oleh beberapa indikator yaitu indikator pertama adalah akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi. Indikator kedua adalah visibilitas, lokasi atau tempat yang mudah dilihat dengan jelas oleh konsumen. Indikator ketiga adalah tempat parkir yang luas, nyaman dan aman. Indikator keempat adalah komposisi, yaitu lokasi pesaing.

c. Kisi – Kisi Instrumen Lokasi

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Keputusan Pembelian yang diujicobakan 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.

Tabel III. 3
Kisi-Kisi Instrumen Lokasi (Variabel X1)

| Indikator | Butir Uji Coba | | Drop | No. Butir Valid | | No. Butir Final | |
|-------------------------|-------------------|-----------------------------|------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|
| | (+) | (-) | | (+) | (-) | (+) | (-) |
| Akses | 1,11, 14,23 | 15,25 | | 1,11, 14,23 | 15,25 | 1,11, 14,21 | 15,23 |
| Visibilitas | 2,3,5,8, 10,12 | 6,16,17, 19,22,24, 26 | 17 | 2,3,5,8, 10,12 | 6,16,19, 22,24,26 | 2,3,5,8, 10,12 | 6,16,18, 20,22,24 |
| Tempat parkir yang luas | 7,18 | 4,21 | 21 | 7,18 | 4 | 7,17 | 4 |
| Komposisi | 9 | 13 | | 9 | 13 | 9 | 13 |

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. 4
Skala Penilaian Instrumen Lokasi (Variabel X1)

| 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 Lokasi

Proses pengembangan instrumen lokasi dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel lokasi terlihat pada Tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel lokasi.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel lokasi sebagaimana tercantum pada Tabel III.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri 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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{59}$$

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

⁵⁹ Djaali dan Pudji Muljono, *loc.cit.*

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 *drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 10 halaman 108) dari 26 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 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:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{60}$$

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:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{61}$$

⁶⁰*Ibid.*, h. 89.

⁶¹ Sudjana, *loc.cit.*

Dimana:

$$S_i^2 = \text{Simpangan baku}$$

$$n = \text{Jumlah populasi}$$

$$\sum X_i^2 = \text{Jumlah kuadrat data X}$$

$$\sum X_i = \text{Jumlah data}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2=11,34$, $S_t^2 = 114,90$ dan r_{ii} sebesar 0,870 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 112). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 24 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur lokasi.

3. Promosi (Variabel X₂)

a. Definisi Konseptual

Promosi adalah sebuah cara untuk menginformasikan, membujuk atau mengingatkan konsumen, mengenai perusahaan atau jasa yang ditawarkan oleh organisasi.

b. Definisi Operasional

Promosi dapat diukur dengan dua indikator, yaitu indikator pertama adalah periklanan dengan sub indikator pertama, yaitu televisi, sub indikator kedua, yaitu internet (*website 7-Eleven*), sub indikator ketiga, yaitu media sosial (*Facebook, Instagram* dan *Twitter*); indikator kedua adalah promosi penjualan dengan sub indikator pertama, yaitu paket harga, sub indikator kedua, yaitu hadiah.

c. Kisi-kisi Instrumen Promosi

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel promosi yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel promosi. 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. 5.

Tabel III. 5

Kisi-kisi Instrumen Promosi (Variabel X₂)

| Indikator | Sub Indikator | Butir Uji Coba | | Drop | No. Butir Valid | | No. Butir Final | |
|-------------------|--|---------------------|----------------------|--------------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|
| | | (+) | (-) | | (+) | (-) | (+) | (-) |
| Periklanan | Televisi | 1,29 | 11,19 | | 1,29 | 11,19 | 1,20 | 9,12 |
| | Internet (website7- Eleven) | 4,14 | 22,32 | 14,32 | 4 | 22 | 3 | 15 |
| | Media sosial (Facebook, Instagram dan Twitter) | 8,18,24, 28,33 | 26,34, 23,36 | 8,18, 23 | 24,28, 33 | 26,34, 36 | 16,19, 23 | 18,24, 26 |
| Promosi penjualan | Paket harga | 6,9,12, 15,17,21 | 5,13,16, 20,27,30 | 12,15,17, 27,30 | 6,9,21 | 3,13,16, 20 | 5,7,14 | 4,10,11, 13 |
| | Hadiah | 3,7,25, 35 | 2,10,31 | 3 | 7,25,35 | 2,10,31 | 6,17,25 | 2,8,22 |

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. 6

Skala Penilaian Instrumen Promosi (Variabel X₂)

| 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 Promosi

Proses pengembangan instrumen promosi dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel promosi terlihat pada Tabel III.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel promosi.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel promosi sebagaimana tercantum pada Tabel III.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya

adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri 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:

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

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 16 halaman 116) dari 36 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 10 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 26 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu

⁶² Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *AlphaCronbach*, yaitu:

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

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 rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 0,34$, $St^2 = 226,18$ dan r_{ii} sebesar 0,98 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20 halaman 120). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 26 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur promosi.

⁶³*Ibid.*, h. 89.

⁶⁴Sudjana, *loc.cit.*

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data penelitian ini menggunakan 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 dengan taraf signifikansi 0,05. Kadir mengatakan bahwa

“Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”⁶⁵.

Sedangkan, kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya data tidak linier.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya data linier.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan lokasi (X_1) terhadap keputusan pembeian (Y) dan pengaruh promosi (X_2) terhadap 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 rxy dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

⁶⁵Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan : Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Depok : PT. Rajagrafindo Persada, 2015), h. 180.

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

Dimana :

- r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan
 $\sum x$ = Jumlah skor dalam sebaran X
 $\sum y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

c. Uji-t

Menurut Soepomo, “Uji-t digunakan sebagai alat analisis data, dapat dipakai untuk menguji satu sampel atau dua sampel”⁶⁷.

Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t). Pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan lokasi (X1) dengan keputusan pembelian (Y) dan pengaruh promosi (X2) dengan keputusan pembelian (Y).

T_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$T_{hitung} = \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad ^{68}$$

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 ⁶⁹

3. Perhitungan Koefisien Determinasi

⁶⁶Sugiyono, *op.cit.*, h. 241.

⁶⁷Bambang Soepomo, *Statistik Terapan : Dalam Pnelitian Ilmu – Ilmu Sosial & Pendidikan*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2000), h. 134.

⁶⁸ Sugiyono, *op.cit.*, h. 243.

⁶⁹ *Ibid.*

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

$$KD = r_{xy}^2 \text{ }^{70}$$

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

r_{xy} = Koefisien korelasi *Product Moment*

⁷⁰Sugiyono, Statistika untuk Penelitian (Bandung : Alfabeta, 2009), h. 231.