BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti yaitu mengenai Situasi Pembelian Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Factory Outlet Renaritti Bandung. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

   Menurut Sugiyono (2009:61), Variabel independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Situasi Pembelian.

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

   Menurut Sugiyono (2009:61), Variabel dependen adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat Variabel independen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian Konsumen.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun,1995:3). Dalam pengambilan sampel, penulis menggunakan *random sampling* yaitu " pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu " (Sugiyono,2009:120). Metode yang digunakan adalah

deskriptif dan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah untuk menyajikan gambar secara terstruktur, akurat dan aktual mengenai hubungan antara variabel yang diteliti yang dilakukan dengan pengujian hipotesis dan menggunakan penghitungan statistik, sedangkan penelitian verifikatif adalah untuk menguji hubungan antara variabel X (Situasi Pembelian) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen).

3.2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan rancangan korelasional yang bertujuan untuk melihat Situasi Pembelian Dengan Keputusan Pembelian Konsumen. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah gambaran mengenai Situasi Pembelian Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Factory Outlet Renaritti Bandung.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, maka dalam pelaksanaan penelitian ini menggunakan skala ordinal. Skala ordinal merupakan pengukuran yang memberikan informasi tentang jumlah relatif karakteristik berbeda yang dimiliki oleh objek atau individu tertentu (Umi Narimawati, 2007:23).

Langkah-langkah yang akan dilakukan penulis dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi dan pemilihan masalah
2. Mengumpulkan data-data mengenai tanggapan para konsumen atas Factory Outlet Renaritti Bandung, sehingga mereka melakukan pembelian.

3. Membuat hipotesis untuk membuktikan adanya hubungan atau pengaruh antara Situasi Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
4. Menganalisa data-data yang diperoleh untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah dibuat.
5. Membuat kesimpulan terhadap hasil hipotesis.
6. Menyusun Penelitian.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variable - variabel penelitian. Penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel yang akan diteliti di dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2007:39) adalah :

1. Variabel Independent (X)

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang menjadi sebuah perubahan atau timbulnya *Variable Dependent* (terikat). Adapun yang menjadi *variable independent* (bebas) dalam penelitian ini adalah situasi pembelian.

2. Variabel Dependent (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi *variable dependent* (terikat) adalah keputusan pembelian konsumen. Dan operasionalisasi variabelnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Sumber	Skala	No. Kuesioner
Situasi Pembelian (X)	Situasi Pembelian adalah lingkungan atau suasana yang dialami atau dihadapi konsumen ketika membeli produk dan jasa. **Ujang Sumarwan (2004;277)**	**Lingkungan fisik**				
		- Alunan musik mendukung suasana	- Tingkat Kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung.	Ordinal	1
		- Suasana di dalam outlet nyama/tidak sesak	- Tingkat Kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung.	Ordinal	2
		- Lokasi outlet strategis	- Tingkat Kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung.	Ordinal	3
		- Lalu lintas dalam outlet lancar	- Tingkat Kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung.	Ordinal	4
		- Penataan produk baik	- Tingkat Kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung.	Ordinal	5
		- Tata sirkulasi udara tidak pengap.	- Tingkat Kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung.	Ordinal	6
		Lingkungan Sosial				
		- Pembelian di pengaruhi pihak lain (orang lain)	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung.	Ordinal	7
		- Pramuniaga dinilai professional (terampil) ramah, dan menarik.	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung.	Ordinal	8

		Waktu				
		- Jam buka sesuai dengan waktu belanja	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung	Ordinal	9
		- Dapat menghemat waktu belanja	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung	Ordinal	10
		Tujuan Pembelian				
		- Produk yang ditawarkan sesuai dengan tujuan konsumen	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung	Ordinal	11
		- Produk sesuai karakteristik	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung.	Ordinal	12
		Keadaan Psikologis				
		- Kondisi Outlet membantu menyenangkan suasana hati	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung.	Ordinal	13
		- Kondisi Outlet mendukung suasana hati anda	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung	Ordinal	14
Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	Serangkaian proses yang dilalui konsumen dalam memutuskan tindakan pembelian **Kotler (2005;224)**	**Pengenalan Masalah**				
		-Terdorong memenuhi kebutuhan	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung.	Ordinal	15
		- Kebutuhan kita dapat terpenuhi	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung	Ordinal	16

		Pencarian Informasi				
		-Mendapatkan informasi dengan mudah	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung	Ordinal	17
		- Terdorong mencari informasi	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung	Ordinal	18
		Evaluasi Alternatif				
		-Alternatif pilihan utama membeli	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung.	Ordinal	19
		-Terdapat alternatif lain	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung	Ordinal	20
		Keputusan Pembelian				
		-Yakin tepat membeli di Renaritti	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung	Ordinal	21
		- Tidak membeli di Factory Outlet lain	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung	Ordinal	22
		Perilaku Pasca Pembelian				
		-Mersasa puas setelah berbelanja	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung	Ordinal	23
		Merekomendasikan kepada orang lain	- Tingkat kesetujuan	Konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung	Ordinal	24

3.2.3 Metode Penarikan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2007;90) mengatakan bahwa :

" Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas ; obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya ".

Berdasarkan judul penelitian " Situasi Pembelian Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Factory Outlet Renaritti Bandung. Maka Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Factory Outlet Renaritti Bandung. Menurut Keterangan dari pihak Factory Outlet Renaritti diketahui bahwa populasi rata - rata jumlah pengunjung pada setiap bulannya orang ± 1.200 orang. (Yuli,2010).

3.2.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2009:81) pengertian sampel adalah :

"Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut".

Sampel merupakan suatu cara dalam pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, akan tetapi sebagian saja dari populasi. Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian dengan beberapa pilihannya.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *simple random sampling* karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Untuk mengambil jumlah sampel, penulis menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin dalam Jalaludin Rakhmat (2000:49) dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{\left(N.d^2\right)+1}$$

Dengan:

n = Ukuran Sampel Minimum

d^2 = Tingkat Ketelitian (Presisi)

N = Ukuran Populasi

Dalam penelitian ini, penulis mengambil tingkat ketelitian (presisi) = 10%. Perhitungannya adalah sebagai berikut :

Maka : N = 1200 konsumen

$$n = \frac{1.200}{1+1.200\ (0,1)^2}$$

$$= \frac{1.200}{12,01}$$

= 99.9

Jadi jumlah responden yang akan diteliti adalah 99,9 orang responden, dibulatkan menjadi 100 orang responden.

3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.2.4.1 Jenis Data

Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengelompokkan ke dalam dua golongan yaitu:

1. Data Primer

   Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.

2. Data Sekunder

   Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti literatur, artikel, tulisan ilmiah, dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data

Metode untuk mengumpulkan data yang penulis peroleh adalah dengan menggunakan :

1. Studi Lapangan *(Field Research)*

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data primer yang akurat, dimana data yang diperlukan diperoleh secara langsung oleh penulis dengan menggunakan usaha – usaha khusus, diantaranya dengan terjun langsung ke perusahaan melalui :

a. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara terjun langsung pada bagian kegiatan yang dihadapi melalui pengamatan dan pencatatan sehingga diperoleh data.

b. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara lisan dengan pihak – pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

c. Kuesioner

   Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh sejumlah responden. Untuk mendapatkan data yang

diperoleh bagi pencapaian sasaran penelitian ini maka digunakan pengukuran melalui sejumlah responden.

2. Studi Kepustakaan *(Library Research)*

   Yaitu proses pencarian atau pengumpulan bahan – bahan penelitian dengan cara membaca dan mempelajari buku – buku serta referensi lainnya yang didalamnya terdapat pendapat atau definisi dari para ahli yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dan Dokumentasi, Dokumentasi adalah cara yang dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan/laporan dan dokumen-dokumen lain dari berbagai organisasi yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti, dalam hal ini adalah Situasi Pembelian dan Keputusan Pembelian Konsumen.

3.2.5 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis

3.2.5.1 Metode Analisis

Untuk mengetahui Situasi Pembelian Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Factory Outlet Renaritti Bandung. Digunakan analisis data dengan metode analisis.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu untuk menjawab tujuan penelitian pertama dan kedua. Sedangkan metode kuantitatif digunakan untuk menjawab tujuan penelitian ketiga, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Situasi Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Factory Outlet Renaritti Bandung.

Setelah data terkumpul melalui kuesioner, maka langkah selanjutnya adalah memberikan nilai (*scoring*). *Scoring* dilakukan dengan menggunakan skala likert.

Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item yang dapat berupa pertanyaan-pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif yaitu diberi skor 5, 4, 3, 2, 1. Adapun dua macam pengujian tersebut adalah sebagai berikut :

3.2.5.1.1 Uji Validitas

Validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur, dalam hal ini kuesioner mengukur apa yang hendak diukur atau sejauh mana alat ukur yang digunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat tes, maka alat tersebut akan semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pertanyaan mana yang valid dan mana yang tidak valid dengan mengkonsultasikan data tersebut dengan tingkat r kritis.

Menurut Masrun dalam Sugiyono (2009:134) :

> Item yang mempunyai korelasi yang positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi menunjukan item tersebut mempunyi validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r=0,3

Berdasarkan dari pernyataan tersebut maka hal ini dilakukan untuk mengetahui pernyataan kuesioner mana yang valid dan mana yang tidak valid,

dengan mengkonsultasikan data tersebut dengan tingkat signifikan r kritis = 0,300 apabila alat ukur tersebut berada < 0,300 (tidak valid). Pengujian statistik mengacu pada kriteria :

- **$r_{hitung} < r_{kritis}$ maka tidak valid**
- **$r_{hitung} > r_{kritis}$ maka valid**

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *Korelasi Pearson* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\left[n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2\right]\left[n\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right]}}$$

Keterangan:

r = Nilai Korelasi Pearson

ΣX = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

ΣY = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

ΣXY = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

ΣX^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

ΣY^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

n = 100

ΣX = 361

ΣY = 5107

ΣXY = 18930

ΣX^n = 1437

ΣY^n = 267265

$$r = \frac{100(\sum 18930) - (361)(5107)}{\sqrt{\left[100(1437) - (361)^2\right]\left[100(267265) - (5107)^2\right]}}$$

r = 0,531

Untuk pengujian validitas instrumen penelitian ini, penulis menggunakan program excel dalam tabulasi data dan memasukkan data tersebut ke dalam program *SPSS 13.0 for windows.*

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Variabel Situasi Pembelian

Variabel	Item Pertanyaan	Validitas		
		Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Situasi Pembelian	1	0,531	0,300	Valid
	2	0,624	0,300	Valid
	3	0,742	0,300	Valid
	4	0,569	0,300	Valid
	5	0,592	0,300	Valid
	6	0,759	0,300	Valid
	7	0,804	0,300	Valid
	8	0,801	0,300	Valid
	9	0,500	0,300	Valid
	10	0,567	0,300	Valid
	11	0,684	0,300	Valid
	12	0,793	0,300	Valid
	13	0,700	0,300	Valid
	14	0,546	0,300	Valid

Sumber : Diolah 2010

Berdasarkan tabel 3.3 diatas, semua item memiliki koefisien validitas lebih besar dari nilai r kritisnya (0,300). Sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item pertanyaan Situasi Pembelian tersebut valid dalam artian item – item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel Situasi Pembelian dan akan mampu menghasilkan variabel yang akurat sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut ini adalah tabel hasil uji validitas untuk variabel Keputusan Pembelian :

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Item Pertanyaan	Validitas		
		Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Keputusan Pembelian	15	0,328	0,300	Valid
	16	0,590	0,300	Valid
	17	0,653	0,300	Valid
	18	0,316	0,300	Valid
	19	0,506	0,300	Valid
	20	0,530	0,300	Valid
	21	0,656	0,300	Valid
	22	0,529	0,300	Valid
	23	0,659	0,300	Valid
	24	0,566	0,300	Valid

Sumber : Diolah 2010

Berdasarkan tabel 3.4 diatas, semua item memiliki koefisien validitas lebih besar dari nilai r kritisnya (0,300). Sehingga dapat disimpulkan bahwa item - item pertanyaan Keputusan Pembelian tersebut valid dalam artian item – item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel Keputusan Pembelian dan akan mampu menghasilkan variabel yang akurat sesuai dengan tujuan penelitian.

3.2.5.1.2 Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validatas atas pertanyaan yang digunakan dalam penelitian tersebut, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individual, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau akurasi yang ditujukan oleh instrumen pengukuran. Instrumen yang reliabel berarti instrumen tersebut bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan mengahasilkan data yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten. Pengujian reliabilitas ini dilakukan terhadap butir-butir pernyataan (kuesioner) dengan melihat nilai r (alpha) pada tabel reliabilitas data.

Pengujian reabilitas dilakukan dengan menggunakan *Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach* yang dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum S_j{}^2}{S_x{}^2}\right]$$

Dimana :

α = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pernyataan

$\sum Sj^2$ = Jumlah varians butir

Sx^2 = Varian total

Berikut ini adalah perhitungan reliabilitas dengan memakai rumus *Alpha Cronbach* secara manual untuk variabel X dan Y

Variabel X (Situasi Pembelian)

Dimana :

k = 14

$\sum Sj^2$ = 11

Sx^2 = 65,16

$$\alpha = \left[\frac{14}{14-1}\right]\left[1-\frac{11}{65,16}\right]$$

=0,895

Variabel Y (keputusan pembelian)

Dimana :

k = 10

$\sum Sj^2$ = 7,62

Sx^2 = 21,16

$$\alpha = \left[\frac{10}{10-1}\right]\left[1-\frac{7,62}{21,16}\right]$$

=0,711

Sekumpulan pertanyaan untuk mengukur suatu variabel dikatakan reliabel dan berhasil mengukur variabel-variabel yang kita ukur jika koefisien reliabilitasnya lebih dari sama dengan 0,70 (Robert M Kaplan dan Dennis Saccuzo, 1993:126).

Sekumpulan pertanyaan untuk mengukur suatu variabel dikatakan reliabel dan berhasil mengukur variabel-variabel yang kita ukur jika koefisien reliabilitasnya lebih dari sama dengan 0,70 (Robert M Kaplan dan Dennis Saccuzo, 1993:126).

Pengujian reliabilitas instrumen digunakan pengolahan data dengan menggunakan program *SPSS 13.0 for Windows* yang hasilnya sebagaimana ditunjukkan dalam hasil rekapitulasi uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Situasi Pembelian dan Keputusan Pembelian Konsumen pada Factory Outlet Renaritti Bandung

Variabel	Reliabilitas	
	Nilai Alpha	Kesimpulan
Situasi Pembelian	0,895	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,711	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan menunjukan bahwa variabel penelitian mempunyai nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 seperti yang terlihat pada tabel 3.4, hal tersebut menunjukan bahwa variabel penelitiannya adalah reliabel. Berdasarkan nilai koefisien yang dikemukakan (Sugiyono, 2009:186) dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dari variabel penelitian sudah reliabel dan dapat dipergunakan dalam penelitian lebih

lanjut. Dengan demikian, semua item pernyataan dapat digunakan sebagai instrument dalam mengukur variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini.

3.2.5.1.3 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif pada penelitian ini memaparkan jawaban responden atas segala pertanyaan yang diajukan dalam angket bentuk tabel tunggal sehingga dapat memperjelas masalah yang diteliti. Tujuannya adalah untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan.Pengukuran dilakukan melalui tabel frekuensi dihitung secara presentasi dari jumlah yang diberikan oleh responden dalam kuesioner.

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Untuk menjawab pertanyaan pertama dan kedua mengenai persepsi responden, maka Peneliti menggunakan kuesioner. Masing-masing disertai dengan lima kemungkinan jawaban yang harus dipilih dan dianggap sesuai menurut responden. Dari jawaban tersebut kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan berdasarkan nilai jenjang dengan langkah-langkah sebagai berikut *(Arikunto, 2005:353):*

Jumlah Nilai Tertinggi = Banyaknya pertanyaan x Skor tertinggi x Banyaknya responden

Jumlah Nilai Terendah = Banyaknya pertanyaan x Skor terendah x Banyaknya responden

$$\text{Besar Nilai Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Klasifikasi}}$$

1. Perhitungan kriterium ideal untuk variabel Situasi Pembelian :

   Jumlah Nilai Tertinggi = 14 x 5 x 100

   = 7000

   Jumlah Nilai Terendah = 14 x 1 x 100

   = 1400

   Besar Nilai Interval = $\frac{7000 - 1400}{5}$

   = 1120

2. Perhitungan kriterium ideal untuk variabel Keputusan Pembelian Konsumen :

   Jumlah Nilai Tertinggi = 10 x 5 x 100

   = 5000

   Jumlah Nilai Terendah = 10 x 1 x 100

   = 1000

   Besar Nilai Interval = $\frac{5000 - 1000}{5}$

   = 800

Berdasarkan ketentuan di atas, maka kriteria pengklasifikasian mengenai Situasi Pembelian Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Factory Outlet Renaritti Bandung adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5
Kriteria Pengklasifikasian Situasi Pembelian Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Factory Outlet Renaritti Bandung

Variabel	Jumlah Skor		Jumlah Klasifikasi	Rentang Pengklasifikasian	
	Tertinggi	Terendah			
Situasi Pembelian	7000	1400	5	Tidak Setuju	(1400 -< 2520)
				Kurang Setuju	(2520 -< 3640)
				Cukup Setuju	(3640 -< 4760)
				Setuju	(4760 -< 5880)
				Sangat Setuju	(5580 -< 7000)
Keputusan Pembelian	5000	1000	5	Tidak Setuju	(1000-<1800)
				Kurang Setuju	(1800 -< 2600)
				Cukup Setuju	(2600 -< 3400)
				Setuju	(3400 -< 4200)
				Sangat Setuju	(4200 -< 5000)

Sumber: Data Diolah 2010

3.2.5.1.4 Analisis Kuantitatif

Data yang diperoleh dari hasil transformasi data ordinal menjadi data interval, selanjutnya dilakukan analisis regresi linier sederhana, korelasi *product moment* dan determinasi.

3.2.5.1.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2009:270) analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Hubungan antara dua variabel

ini digambarkan dengan sebuah model matematik yang disebut model regresi yang dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Situasi Pembelian

Adapun formulasi yang digunakan untuk mencari nilai a dan b masing-masing sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2} \qquad b = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}$$

3.2.5.1.4.2 Analisis Korelasi *Product Moment*

Untuk menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y dilakukan dengan cara analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson* (Sugiyono ,2009:248), yaitu:

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\left[n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2\right]\left[n\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right]}}$$

Keterangan:

r = Nilai Korelasi Pearson

ΣX = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

ΣY = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

ΣXY = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

ΣX^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

ΣY^n = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

Untuk menginterpretasikan keeratan hubungan, digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel 3.4.

Tabel 3.6

Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Keeratan
0,00 - 0,199	**Sangat rendah**
0,20 - 0,399	**Rendah**
0,40 - 0,599	**Sedang**
0,60 - 0,799	**Kuat**
0,80 - 1,000	**Sangat Kuat**

Sumber : Sugiyono (2009:250)

3.2.5.1.4.3. Analisis Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dalam bentuk persen dapat dicari dengan menggunakan analisis koefisien determinasi dengan rumus:

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

Di mana:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi Pearson

Pedoman bagi interpretasi koefisien determinasi adalah sebagi berikut:

Tabel 3.7
Interpretasi Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% - 4%	**Rendah/ lemah sekali**
5% - 16%	**Rendah tapi pasti**
17% - 48%	**Cukup kuat**
49% - 81%	**Kuat**
82% - 100%	**Sangat kuat**

3.2.5.2 Perancangan Uji Hipotesis

Untuk menganalisa data yang diperoleh dari responden setelah menjawab pertanyaan - pertanyaan riset yang diajukan, maka digunakan metode analisis data untuk memperoleh suatu kesimpulan. Sebelum dilakukan analisis data, perlu dilakukan rancangan pengujian hipotesis terhadap alat pengumpulan data. Dalam hal ini kuesioner yang disebarkan.

Data yang digunakan untuk menguji hipotesis yang dikemukakan dalam suatu penelitian merupakan data yang terdiri dari sebuah sampel berukuran n, maka harus diuji keberartian koefisisen korelasinya dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Hipotesis yang telah dikemukakan dapat dijabarkan:

   Ho: $\rho = 0$ artinya Situasi Pembelian tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Factory Outlet Renaritti Bandung.

   H_1: $\rho \neq 0$ artinya Situasi Pemblian berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Factory Outlet Renaritti Bandung.

2. Daerah kritis dengan tingkat signifikansi 5% secara dua arah, kemudian akan dicari nilai t dalam tabel.
3. Tentukan nilai uji-t dengan *degree of freedom* (df), dimana = n-2.

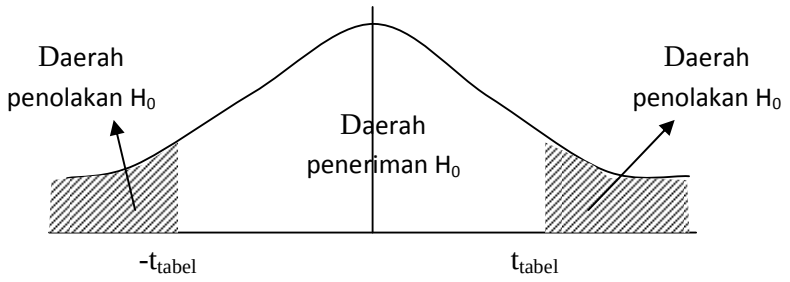
$$t = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}}$$

Keterangan:

r_s = Koefisien Korelasi *Pearson*

n = Jumlah sampel

4. Kriteria untuk menerima atau menolak Ho dilakukan dengan membandingkan nilai $t\text{-}_{hitung}$ dengan $t\text{-}_{tabel}$ sehingga daerah kritis untuk menerima dan menolak Ho sebagai berikut :



Gambar 3.1
Kurva Hipotesis Daerah Penerimaan dan Penolakan

Untuk menentukan apakah Ho ditolak atau diterima maka dapat menggunakan pedoman sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel,}$ maka Ho ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan Situasi Pembelian berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Factory Outlet Renaritti Bandung.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel,}$ maka Ho diterima dan H_1 ditolak, menunjukkan Situasi Pembelian tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Factory Outlet Renaritti Bandung.