BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penelitian dalam rangka menyusun laporan, penelitian ini dilakukan dalam rangka memperoleh data-data yang berkaitan dengan permasalahan yang terkait dengan Bauran Eceran dan Keputusan Pembelian Konsumen. Menurut Sugiyono (2006:303) *"Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu."*

Dalam penelitian ini penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel-variabel tersebut adalah:

1. *Variabel Independent* atau variabel bebas (variabel X), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya *variabel dependent* (variabel tidak bebas). *Variabel independent* dalam penelitian ini adalah *Bauran Eceran.*
2. *Variabel Dependent* atau variabel tidak bebas (variabel Y) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh *variabel independent. Variabel dependent* dalam penelitian ini adalah *Keputusan Pembelian Konsumen*.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dalam mencapai tujuan tertentu. Metode yang digunakan dalam

penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif serta metode verifikatif.

Menurut Sugiyono (2006:21) "Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisa suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas". Metode deskriptif merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah dipelajari sehingga data tersebut dapat ditarik kesimpulannya.

Sedangkan Metode Verifikatif menurut Sugiyono (2006:6), adalah: *"penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan suatu perhitungan statistika sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima"*.

Dalam penelitian ini metode verifikatif digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Bauran Eceran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada produk Butik Batik Tasik. Dengan metode ini dapat diketahui berapa besarnya pengaruh variabel *independent* mempengaruhi variabel *dependent*, serta besarnya arah hubungan yang terjadi.

3.3 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode *Survey Explanatory*. Menurut Sugiyono (2006:76) *"Survey Explanatory yaitu*

suatu survey yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel melalui pengujian hipotesis. Survey dilakukan dengan cara mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data".

Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah gambaran mengenai Bauran Eceran dalam pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada produk batik. Sehubungan dengan hal tersebut diatas, maka dalam pelaksanaan penelitian ini akan digunakan dua jenis bentuk penelitian yaitu deskriptif dan verifikatif. Penelitian Deskriptif adalah untuk menyajikan gambaran secara terstruktur, akurat dan aktual mengenai hubungan antara variabel yang diteliti dimana dilakukan dengan pengujian hipotesis dan menggunakan perhitungan statistik, sedangkan penelitian verifikatif adalah untuk menguji sebuah hipotesis apakah diterima atau ditolak**.**

Dengan menggunakan metode penelitian, akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

3.3.1 Operasionalisasi Variabel

Sebelum mengadakan penilaian dalam penelitian, penulis harus menentukan operasionalisasi variabel, hal ini agar dapat mempermudah dalam melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2006:38) mengemukakan bahwa variabel adalah *"Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti yang dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya"*.

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis variabel, konsep variabel, indikator variabel, ukuran serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai Pengaruh Bauran Eceran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Operasionalisasi Variabel dalam penelitian ini tentang pengaruh Bauran Eceran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen akan dijelaskan dalam bentuk tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Bauran Eceran (Variabel X)	"kegiatan usaha menjual barang atau jasa kepada perorangan untuk keperluan diri sendiri, keluarga, atau rumah tangga", yang terdiri dari: - Produk - Harga - Periklanan - Pelayanan - Suasana Toko - Lokasi". **Hendri Ma'ruf (2005:7)**	1. Produk 2. Harga 3. Periklanan 4. Pelayanan 5. Suasana Toko 6. Lokasi	• Tingkat Keanekaragaman • Tingkat Kesesuaian • Tingkat Kemenarikan • Tingkat Kemampuan • Tingkat Kesesuaian • Tingkat Kestrategisan	Ordinal
Variabel	**Konsep Variabel**	**Indikator**	**Ukuran**	**Skala**
Keputusan Pembelian Konsumen (Variabel Y)	"keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak yang diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya, terdiri dari: - Pengenalan Kebutuhan - Pencarian Informasi - Evaluasi Alternatif - Keputusan Pembelian - Perilaku Pasca Pembelian". **Sofjan Assauri (2004:141)**	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian Perilaku Pasca Pembelian	•Tingkat Kebutuhan •Tingkat Pencarian Informasi •Tingkat Respon Pembelian •Tingkat Keputusan Pembelian •Besarnya Dorongan Membeli Ulang	Ordinal

3.3.2 Metode Penarikan Sampel

A. Populasi

Untuk keperluan penelitian diperlukan sejumlah orang dalam suatu wilayah yang diteliti (populasi) untuk diberikan kuesioner berisi sejumlah pertanyaan ataupun pernyataan yang berisikan indikator dari variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2006:55), *"Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya"*. Populasi bukan hanya sejedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut.

Berdasarkan keterangan dari pihak Butik Batik Tasik diketahui bahwa rata–rata jumlah konsumen yang datang berkunjung pada setiap bulannya mencapai ± 50 orang. Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah konsumen yang datang berkunjung ke Butik Batik Tasik.

B. Sampel

Menurut Sugiyono (2006:56) menjelaskan pengertian mengenai sampel, yaitu sebagai berikut: *"Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi."* Dengan menggunakan sampel dari populasi tersebut sudah dapat mewakili data yang ada pada populasi, dan membantu penulis dalam melakukan penghitungan.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak

memberikan peluang sama dalam memilih sampel. Jumlah populasi pada penelitian ini relatif kecil, karena semua anggota populasi dijadikan sampel, maka metode yang digunakan dalam penarikan sampel adalah metode sampling jenuh atau sensus.

Menurut Sugiyono (2006:124) menjelaskan mengenai pengertian sampling jenuh, yaitu sebagai berikut: *"Sampling jenuh adalah penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel."*

Dengan jumlah populasi sebanyak 50 orang, dan menggunakan teknik sampel sensus maka jumlah sampel yang penulis tentukan yaitu sebanyak 50 orang. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahan generalisasi karena menurut Sugiyono (2006:56) dalam menentukan jumlah sampel, semakin besar jumlah sampel mendekati jumlah populasi, maka peluang kesalahan generalisasi akan semakin kecil begitu pula sebaliknya.

3.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis Data

Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti literatur, artikel, tulisan ilmiah, dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun metode pengumpulan data tersebut adalah sebagai berikut:

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 dan informasi mengenai objek penelitian.

   b. Wawancara

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

   c. 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 kuesioner.

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.

3.5 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis

3.5.1 Metode Analisis

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengolahan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai (scoring) sesuai dengan sistem yang diterapkan. Scoring dilakukan dengan menggunakan skala Likert 5-4-3-2-1.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengolahan data dengan menggunakan metode analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Akan tetapi sebelum melakukan pengolahan data, penulis terlebih dahulu melakukan uji kualitas data dengan pengujian validitas dan pengujian reliabilitas.

Dalam metode penelitian ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukuran dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan atau pertanyaan tipe Likert, penjelasan skala Likert dikemukakan oleh Sugiyono (2006:86), yaitu: *"Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial"*.

Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skor Jawaban Kuesioner

No	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2006:86

Dengan skala Likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen kuesioner yang berupa pernyataan atau pertanyaan.

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, kualitas pengumpulan datanya sangat ditentukan oleh kualitas instrumen atau alat pengumpul data yang digunakan. Ada dua konsep untuk mengukur kualitas data yaitu validitas dan reliabilitas artinya suatu penelitian akan menghasilkan kesimpulan yang bias jika datanya kurang reliabel dan kurang valid, sedangkan kualitas data penelitian ditentukan oleh kualitas instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data. Instrumen itu disebut berkualitas dan dapat dipertanggungjawabkan pemakaiannya apabila sudah terbukti validitas dan reliabilitasnya.

1. Pengujian Validitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2006:173) tentang validitas adalah: "*Valid berarti instrumen penelitian tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur*". Uji validitas ini bertujuan untuk menguji sejauhmana alat ukur, dalam hal ini kuesioner mengukur apa yang hendak diukur atau sejauhmana alat ukur yang digunakan mengenai sasaran dengan menggunakan *rumus korelasi pearson moment*, guna menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total.

Hal ini dilakukan untuk mengetahui pertanyaan mana yang valid dan pertanyaan mana yang tidak valid, semakin tinggi hasil validitas suatu tes maka instrumen pertanyaan tersebut akan semakin mengenai sasarannya atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur.

Adapun rumus yang digunakan peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan teknik analisis Korelasi Pearson dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{xy} = Nilai korelasi pearson.

$\sum X_i$ = Jumlah hasil pengamatan variabel x.

$\sum Y_i$ = Jumlah hasil pengamatan variabel y.

$\sum X_i Y_i$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel x dan variabel y.

$\sum X^2$ = Jumlah dari hasil pengamatan variabel x yang telah dikuadratkan.

$\sum Y^2$ = Jumlah dari hasil pengamatan variabel y yang telah dikuadratkan.

n = Jumlah responden dalam uji coba instrumen.

Dalam proses pengolahan data, uji validitas dilakukan dengan menggunakan *software SPSS for Windows versi 15*. Dengan mengacu pada kriteria sebagai berikut:

- Jika r positif atau ≥ 0, 30 maka item pertanyaan tersebut valid.
- Jika r negatif atau < 0, 30 maka item pertanyaan tersebut tidak valid.

2. Pengujian Reliabilitas Instrumen

Menurut Husein Umar (2005:207) tentang reliabilitas sebagai berikut: *"Instrumen penelitian yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama"*.

Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian menggunakan rumus *Alpha-Cronbach*, yaitu melalui perkalian varians skor butir pernyataan dengan varians total skor keseluruhan butir pernyataan. Rumus reliabilitas ini ditulis sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{k-1}\{1 - \frac{\sum s_1^{\,2}}{s_t^{\,2}}\}$$

Dimana:

r_i = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum s_1^{\,2}$ = jumlah varians butir

$s_t^{\,2}$ = varians total

Untuk mencari varians digunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 \quad \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

n = jumlah sample

x = nilai skor yang dipilih

Sekumpulan pertanyaan untuk mengukur suatu variabel dikatakan reliabel dan berhasil mengukur variabel-variabel yang kita ukur jika koefisien reliabilitasnya lebih dari atau sama dengan 0,70.

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika r_i positif, serta $r \geq 0,70$ maka variabel tersebut reliabel.
- Jika r_i negatif, serta $r < 0,70$ maka variabel tersebut tidak reliabel.

3. Analisa Kualitatif

Analisis kualitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan alat bantu statistik yang bersifat deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini, dengan maksud mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum penilaian responden atau tanggapan responden.

Hal ini dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan dari Sugiyono (2006:183) yang menyatakan bahwa: *"untuk menentukan kategori tinggi, sedang dan rendah kategori jawaban, terlebih dahulu harus menentukan nilai indeks minimum, maksimum dan intervalnya serta jarak intervalnya"*, yaitu sebagai berikut:

1. Nilai indeks minimum adalah skor terendah dikali jumlah pertanyaan/ pernyataan dikali jumlah responden.
2. Nilai indeks maksimum adalah skor tertinggi dikali jumlah pertanyaan/ pernyataan dikali jumlah responden.
3. Interval adalah selisih antara nilai indeks maksimum dengan nilai indeks minimum.

Jarak interval adalah interval dibagi jumlah jenjang yang diinginkan. Sugiyono (2006:183) menyatakan bahwa untuk menentukan nilai indeks minimum, maksimum dan interval serta jarak intervalnya adalah sebagai berikut:

Skor Minimum $= \frac{\text{Skor Minimum}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 20\%$

Skor Maksimum $= \frac{\text{Skor Maksimum}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100\%$

$= \frac{5}{1} \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persen = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

= 100% – 20%

= 80%

Jarak Interval = Interval : Jenjang (5)

= 80% : 5

= 16%

Pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas (%)	Kategori
20 - < 36	Sangat Tidak Baik, Sangat Rendah
36 - < 52	Tidak Baik, Rendah
52 - < 68	Cukup Baik, Cukup
68 - < 84	Baik, Tinggi
84 – 100	Sangat Baik, Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono, 2006:183

4. Analisa Kuantitatif

Dalam penelitian ini, analisa kuantitafif digunakan peneliti untuk mengetahui hubungan antara variabel X (Bauran Eceran) dengan variabel Y

(Keputusan Pembelian Konsumen) serta seberapa besar pengaruhnya. Adapun metode analisis yang digunakan adalah Metode Analisis Regresi Sederhana, Metode Analisis Koefisien Korelasi Pearson Product Moment, Method of Succesive Interval (MSI) dan Koefisien Determinasi.

A. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, maka dilakukan analisis data statistik dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Menurut Sugiyono (2006:204) 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 = Bauran Eceran

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

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

X = Keputusan Pembelian

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

$$a = \frac{\left(\sum y\right)\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum xy\right)}{n\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)^2}$$

$$b = \frac{n\left(\sum xy\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum y\right)}{n\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)^2}$$

Dimana:

a = Koefisien *Intercept*

b = Koefisien Regresi

Tabel 3.4
Pedoman Ketentuan Koefisien Regresi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
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 (2002:204)

B. Analisis Koefisien Korelasi *Product Moment Method* (*Pearson*)

Untuk menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson* (Sugiyono, 2006:182), yaitu:

$$r = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{\sqrt{\left\{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2\right\}\left\{n\sum Y_i^2 - \left(\sum Y_i\right)^2\right\}}}$$

Dimana:

r = Nilai Korelasi *Pearson*

$\sum X_i$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

$\sum Y_i$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

$\sum X_i Y_i$ = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

$\sum Y^2$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan.

Pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5
Kriteria Nilai Korelasi

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2006:183)

C. Method of Succesive Interval (MSI)

Karena tingkat pengukuran skala dari kuesioner tersebut adalah ordinal, maka agar dapat diolah lebih lanjut perlu diubah terlebih dahulu menjadi skala interval dengan menggunakan Method of Succesive Interval (MSI). Langkah-langkah dalam MSI adalah sebagai berikut:

a. Menghitung frekuensi setiap skor pertanyaan.
b. Menjumlahkan setiap butir skor pertanyaan.
c. Menentukan proporsi kumulatif dengan cara membagi frekuensi kumulatif dengan total frekuensi.
d. Menghitung nilai z berdasarkan pada proporsi diatas.
e. Menghitung nilai density z.
f. Menghitung SV (Scala Value/ nilai skala) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

(Umi Narimawati, 2008:82)

Dimana:

Density at Lower Limit = Kepada Batas Bawah

Density at Upper Limit = Kepada Batas Atas

Area Under Upper Limit = Daerah dibawah batas atas

Area Under Lower Limit = Daerah dibawah batas atas

g. Menghitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban dengan persamaan berikut:

Score = Scala Value – Scala Value $_{minimum}$ $^{+}$

D. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y yang diteliti, dan hasilnya dinyatakan dalam rumus dan batasan sebagai berikut: $0 < r^2 < 1$

Rumus koefisien determinasi (Kd) yaitu:

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

Dimana:

Kd = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

dengan batasan sebagai berikut:

Kd = 0, berarti pengaruh Bauran Eceran terhadap Keputusan Pembelian Lemah.

Kd = 1, berarti pengaruh Bauran Eceran terhadap Keputusan Pembelian Kuat.

Pengaruh tingginya koefisien determinasi tersebut digunakan pedoman yang dikemukakan Guilford yang dikutip oleh Supranto (2001:227) sebagai berikut:

Tabel 3.6
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi

Pertanyaan (%)	Keterangan
< 4	Pengaruh Rendah Sekali
5 - 16	Pengaruh Rendah Tapi Pasti
17 - 49	Pengaruh Cukup Berarti
50 - 81	Pengaruh Tinggi atau Kuat
> 80	Pengaruh Tinggi Sekali

Sumber: Sugiyono (2006:227)

3.5.2. Perancangan Hipotesis

Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis, yaitu menentukan ada tidaknya pengaruh Bauran Eceran (variabel X) sebagai variabel bebas dan Keputusan Pembelian (variabel Y) sebagai variabel tidak bebas.

Dengan cara memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji berdasarkan perumusan hipotesis berikut:

H_0:ρ=0 : H_0 diterima, artinya Bauran Eceran tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

H_1:ρ≠0 : H_0 ditolak, artinya Bauran Eceran berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Untuk menguji hipotesis, maka dilakukan tes signifikan terhadap r dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$ Dengan derajat kebebasan (dk) = n – 2

(Sugiyono, 2006:316)

dimana:

t = statistik uji korelasi

r = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = banyaknya sampel dalam penelitian

Untuk menentukan apakah H_0 diterima atau ditolak, digunakan uji signifikansi yaitu:

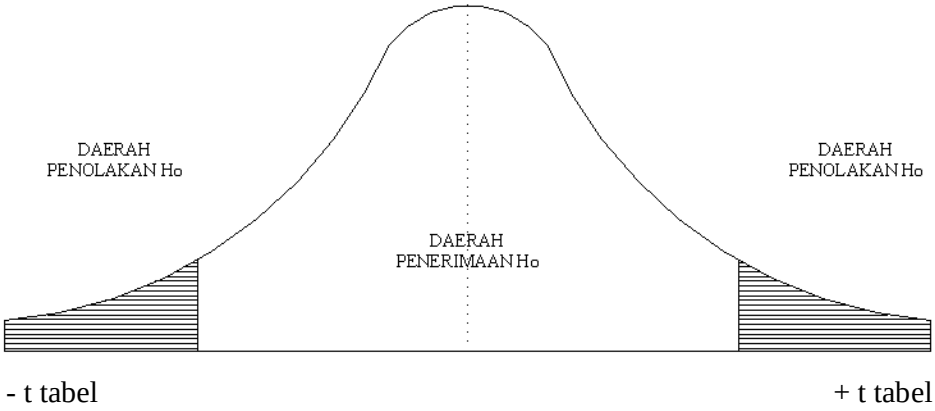
Jika t hitung > t tabel 0,1 (dk = n – 2), maka H_0 : ditolak

Jika t hitung < t tabel 0,1 (dk = n – 2), maka H_0 : diterima.

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan pengujian hipotesis dan kriteria-kriteria yang ditetapkan dengan teori berdasarkan masalah yang diteliti, seperti terlampir pada gambar berikut:

Dimana:

1. Tingkat signifikan (α) = 0,1
2. Derajat Kebebasan (dk) = n – 2



Gambar 3.1
Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0