BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data – data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul : **"Pengaruh Penetapan Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung".**

Menurut **Sugiyono (2002:32)** menyatakan bahwa :

"Objek Penelitian merupakan Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan."

Di dalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel yang akan diteliti di dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel *independent* (variabel bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel *independent* (variabel X1) dalam penelitian ini Pengaruh Penetapan Harga dan (variabel X2) Lokasi *(place)*.
2. Variabel *dependent* (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent.* Variabel *dependent* (variabel Y) dalam penelitian ini adalah Minat Beli Konsumen.

Pengaruh Penetapan Harga dan Lokasi merupakan faktor penyebab, sedangkan Minat Beli Konsumen merupakan faktor akibat. Objek penelitian ini dilakukan pada pelanggan Pengaruh Penetapan Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen Restoran Pecel Lele Lela jln.Dipati Ukur No.248 Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu (Umi narimawati, 2008:127).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2007:14) mendefinisikan bahwa:

> "*Metode deskriptif analisis* adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya."

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008:45) menyatakan bahwa:

> "*Metode Verifikatif* yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan benar atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

Dalam hal ini dimana variabel X1 adalah pengaruh penetapan harga, variable X2 adalah lokasi dan variabel Y adalah Minat Beli Konsumen. Penelitian ini bertujuan memperoleh gambaran tentang variabel pengaruh Penetapan Harga

dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen. Sedangkan, pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif, karena data pengaruh penetapan harga, lokasi dan Minat Beli Konsumen yang diperoleh dari penelitian ini berupa data kuantitatif.

Sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran pada suatu hipotesis, penelitian dengan menggunakan uji statistik yang relevan yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Penetapan Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung.

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam pelaksanaannya penelitian ini dilakukan di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No. 248 Bandung Faktor yang akan diteliti adalah pengaruh Penetapan Harga dan lokasi pemasaran terhadap Minat Beli konsumen.Penelitian di lakukan untuk memperoleh gambaran Pengaruh harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen.Analalisis bauran Desain penelitian dalam penelitian ini menggunakan deskriptif survei untuk mengetahui Dari penulisan tugas akhir ini yang berjudul : pengaruh Penetapan Harga dan lokasi pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen.Variabel-variabel yang akan di ukur dan di uji dalam tugas akhir ini merupakan variabel-variabel Operasional,di mana ada dua variabel yang menggambarkan sebab akibat,dimana variabel yang satu memberikan pengaruh atau di pengaruhi oleh variabel yang lain, dan hubungan tersebut terjadi dengan sendiriya.

proses perencanaan dalam penelitian .langkah-langkahnya:

1. **Menetapkan Permasalahan**

Permasalahan yg ditetapkan adalah bagaimana memahami Penetapan Harga dan menentukan Lokasi yang memudahkan konsumen menjangkaunya dan strategis guna untuk meningkatkan minat beli konsumen.

2. **Mengidentifikasi**

Dimana dalam penelitian ini, penulis mengidentifikasikan masalah sesuai fenomena-fenomena yang terdapat pada pemasaran yang terkait dengan pengaruh Penetapan Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen.

3. **Menentukan Rumusan Masalah**

Tanpa ada masalah tidak akan terjadi penelitian, dalam merumuskan masalah penulis mengajukan rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan. Maka dengan adanya rumusan masalah penelitian dapat dilaksanakan.

4. **Menetapkan Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat tujuan gunu untuk mengetahui bagaimana pengaruh Penetapan Harga dan lokasi pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen.

5. **Menetapkan Hipotesis Penelitian**

berdasarkan fenomena dan dukungan teori Terkait dengan adanya pengaruh Penetapan Harga dan lokasi pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen maka dibutuhkan perumusan hipotesis selanjutnya di uji kebenarannya berdasarkan fenomena dan dukungan teori karena hipotesis adalah dugaan sementara.

6. Menetapkan onsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian

7. Menetapkan Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh yaitu dari konsumen melalui wawancara.

8. Melakukan Analisis

Setelah dilakukan pencarian sumverdata selanjutnya melakukan analisis untuk mengetahui kebenaranya.

9. Melakukan Pelaporan.

Proses dimana penulis menentukan jawaban-jawaban atas pertanyaanpertayaan yang menjadi rumusan masalah, dimana dalam menentukan jawaban didasari dari hasil uji hipotesis dan pernyataan yang telah teruji kebenarannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1

DESAIN PENELITIAN

Tujuan penelitian	**Desain penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T – 1	*descriftive*	*Descriptive dan survay*	Konsumen	*Cross Sectional*

T – 2	*descriftive*	*Descriptive dan survay*	Konsumen	*Cross Sectional*
T – 3	*descriftive*	*Descriptive dan survay*	Konsumen	*Cross Sectional*
T – 4,5,6	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive dan Explanatory Survay*	Konsumen	*Cross Sectional*

3.2.2 Operationalisasi Variabel

Menurut **Sugiono (2008:59)**, "Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.".

Pengaruh penetapan harga dan lokasi terhadap Minat Beli Konsumen.Pelanggan Bandung dapat diketahui melalui analisis variabel-variabel penelitian yang dapat dioperasionalisasikan sebagai berikut:

(1) Penetapan Harga sebagai variabel independen pertama (X_1).

(2) Lokasi variabel independen kedua (X_2)

(3) Minat Beli Konsumen sebagai variabel dependent (Y)

pengukurannya.Operasionalisasi variabel penelitian dapat terlihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	KonsepVariabel	Indikator	Ukuran	Skala
Pengaruh Penetapan Harga (Variabel X1)	Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategi dan taktis, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga di antara berbagai kelompok pelanggan (Tjiptono, 2005:31	• kesadaran harga • kesadaran nilai fisik produk • potongan harga • harga kualitas • harga prestis	• tingkat harga yang rendah dalam membeli produk • tingkat nilai produk diukur dari ujud/fisiknya • tingkat harga produk yang ditawarkan dalam potongan harga • tingkat harga produk sebanding dengan kualitasnya • tingkat harga produk yang dibeli menunjukan status gengsi	ORDINAL
Lokasi (variabel X2)	Lokasi atau tempat juga tidak hanya mempresentasikan suatu kemudahan yang akan di dapat oleh konsumen.seperti yang telah dikatakan oleh kotler (2003;94-95)	• visibilitas • alur lalu lintas • tempat parkir • ketersediaan angkutan umum • kesetrategisan lokasi	• tingkat kecepatan mencapai lokasi • tingkat kendaraan yang masuk • tingkat parkir yang memadai • ketersediaan kendaraan yang melewati loksai tersebut • tingkat luasnya lahan yang tersedia untuk keperluan usaha	ORDINAL
Minat Beli Konsumen (variabel Y)	Minat yang kuat dari seorang konsumen tentu saja tidak muncul begitu	• interest (menimbulkan minat lebih dalam)	• tingkat keyakinan konsumen mengenai produk yang menarik	ORDINAL

	saja kemunculan terjadi setelah melewati beberapa tahap (Tezza Adriansyah Anwar,2007)	• awareness (kesadaran)	• tingkat keyakinan konsumen mengenai rasa suatu produk • tingkat keyakinan konsumen mengenai kualitas produk	

3.2.3 Sumber Dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan data sekunder.

Menurut Sugiyono (2009:137) data primer sebagai berikut:

"Sumber Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data."

Data primer diperoleh dengan cara:

1. Kuesioner atau angket yang diberikan kepada responden
2. Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan dan penelitian secara langsung terhadap obyek yang diteliti guna melengkapi data yang diperlukan
3. Wawancara, yaitu mengadakan wawancara dengan pimpinan, staf, maupun karyawan-karyawati untuk mendapatkan informasi yang lebih luas dan dalam.

Sedangkan Data sekunder menurut Sugiyono (2009:137) adalah: “sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Yaitu melalui Dokumentasi.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penyusunan tugas ini adalah berupa data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui :

1. **Populasi**

Menurut **Sugiyono (2009:115)**, 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”. Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah konsumen yang telah membeli pada Restoran Pecel Lele Lela jln.DiPati Ukur No.248 Bandung. Menurut keterangan dari pihak Restoran Pecel Lele Lela jln.DiPati Ukur No.248 Bandung diketahui bahwa populasi rata–rata jumlah konsumen yang membeli pada setiap bulannya mencapai $\pm$ 980 orang.

2. **Sampel**

Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi unit pengamatan sebuah penelitian (Umi Narimawati, 2008 : 73). Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *probability sampling* adalah penarikan sample didasarkan atas pemikiran bahwa keseluruhan unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sample.

Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah Sebagian dari populasi konsumen yang mendatangi Restoran

pecel Lele Lela jln.dipati Ukur No.248 bandung. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n). Untuk mengambil jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2001: 78), yaitu sebagai berikut:

Metode penarikan sampel yang digunakan mengacu kepada pendekatan *slovin*, pendekatan ini dinyatakn dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

$$n = \frac{980}{1 + 980(0,1)^2}$$
$$n = \frac{980}{10,8}$$
$$n = 90,74$$
$$n = 100$$

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan (Field Research), dilakukan dengan cara melakukan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer (data yang diperoleh langsung dan data sekunder.

Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:

a. Observasi (pengamatan langsung)

Melakukan pengamatan secara langsung dilokasi untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan yang berhubungan dengan variabel penelitian yang sedang dilakukan yaitu pada Restoran Pecel lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung. Hasil dari Observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

b. Wawancara

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara lisan dengan bagian-bagian tertentu yang dianggap berkaitan dengan materi yang dibahas dalam penelitian ini.

c. Kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka dapat memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Kuesioner yang penulis gunakan adalah kuesioner tertutup yang diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistic kuesioner.

Data sekunder ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:

d. Dokumentasi

Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan. Dengan cara mempelajari berbagai literatur, buku, hasil penelitian yang sejenis dan media lain yang mempunyai kaitan

dengan masalah dan tema penelitian. Penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan teori yang mendukung masalah dalam pembuatan penelitian ini.

3.2.4.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Cooper (2006:720) validitas adalah :

"Validity is a characteristic of measuraenment concered with the extent that a test measures what the researcher actually wishes to measure".

Uji validitas dalam penelitian ini akan menggunakan korelasi pearson (*Product Moment Pearson*). Uji validitas ini perlu dilakukan guna mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas dimaksudkan sebagai ukuran seberapa cermat suatu uji melakukan fungsi sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Pengukuran ini digunakan karena penyusunan angket penelitian ini dilakukan dengan mendasarkan atas konstruksi teoritik masing-masing variabel penelitian. Kemudian dari variabel penelitian tersebut dicari indikatornya, selanjutnya dijabarkan pada setiap item dalam angket.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut :

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

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

Syarat minimum uji validitas untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r_s tabel = 0,3. Jadi, apabila korelasi antara butir pertanyaan dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir pertanyaan dalam instrumen tersebut tidak valid.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dengan menelaah nilai *Pearson correlation*. Setelah ditemukan bahwa pernyataan-pernyataan (butir) yang digunakan penelitian ini valid, maka selanjutnya pernyataan yang dinyatakan valid diuji reliabilitasnya.

Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya. Seperti telah dijelaskan pada metodologi penelitian bahwa untuk menguji valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor totalnya. Apabila koefisien korelasi butir pernyataan dengan skor total item lainnya $\geq$ 0,30 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 3.3

Hasi Uji Validitas Kuesioner Penetapan Harga

Variabel	No item	Koefisien validitas	r_s table	Kesimpulan
Penetapan Harga	1	0,659	0,300	Valid
	2	0,661	0,300	Valid
	3	0,437	0,300	Valid
	4`	0,367	0,300	Valid
	5	0,566	0,300	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien validitas untuk item pernyataan Penetapan Harga memiliki nilai koefisien validitas lebih besar dari r_s tabel (0,300) maka semua item pernyataan tersebut sudah dinyatakan valid.

Tabel 3.4
Hasi Uji Validitas Kuesioner Lokasi

Variabel	No item	Koefisien validitas	r_s table	Kesimpulan
Lokasi	1	0,481	0,300	Valid
	2	0,519	0,300	Valid
	3	0,907	0,300	Valid
	4	0,577	0,300	Valid
	5	0,892	0,300	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien validitas untuk item pernyataan lokasi memiliki nilai koefisien validitas lebih besar dari r_s tabel (0,300) maka semua item pernyataan tersebut sudah dinyatakan valid.

Tabel 3.5
Hasi Uji Validitas Kuesioner Minat Beli Konsumen

Variabel	No item	Koefisien validitas	r_s table	Kesimpulan
Minat Beli Konsumen	1	0,328	0,300	Valid
	2	0,763	0,300	Valid
	3	0,804	0,300	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien validitas untuk item pernyataan minat beli konsumen memiliki nilai koefisien validitas lebih besar dari r_s tabel (0,300) maka semua item pernyataan tersebut sudah dinyatakan valid.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Cooper (2006:716) reliabilitas adalah:

"*Reliability is a characteristic of measurenment concerned with accuracy, precision, and consistency"*.

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrument. Untuk menguji reliabilitas (keandalan) kuesioner dalam penelitian ini digunakan teknik belah dua (*split half Method*) skor pernyataan (*statement*) bernomor ganjil genap, dengan teknik korelasi *spearman-brown correlation.*

Cara kerjanya adalah sebagai berikut:

1. Item dibagi menjadi 2 secara acak (misalnya item ganjil dan genap). Kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan II
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlah sehingga dapat skor total untuk setiap kelompok I dan II
3. Korelasikan skor total kelompok I dan skor kelompok II.
4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2.r_b}{1+r_1}$$

Keterangan:

r_i = Koefisien reliabilitas internal seluruh item

r_b = Koefisien korelasi antara belahan pertama (genap) dan kedua (ganjil).

Keputuasan pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikan 5 % satu sisi adalah :

1. Jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5 % maka instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan
2. Jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan.

Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS.

Untuk melihat andal atau tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas

lebih besar dari 0.70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (reliable).

Tabel 3.6

Hasil Uji Reabilitas Kuesioner Penetapan Harga

Item pertanyaan	Realiabilitas		
	Koefisien reliabilitas	r_s tabel	Kesimpulan
1	0,763	0,700	Reliabel
2			
3			
4			
5			

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel 3.7

Hasil Uji Reabilitas Kuesioner Lokasi

Item pertanyaan	Realiabilitas		
	Koefisien reliabilitas	r_s tabel	Kesimpulan
1	0,855	0,700	Reliabel
2			
3			
4			
5			

Sumber : Hasil Pengolahan Data Prime

Tabel 3.8

Hasil Uji Reabilitas Kuesioner Minat Beli Konsumen

Item pertanyaan	Realiabilitas		
	Koefisien reliabilitas	r_s tabel	Kesimpulan
1	0,774	0,700	Reliabel
2			
3			

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas di atas, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan variabel bebas dan variabel terikat memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari titik kritis (0,700) maka semua variabel sudah dinyatakan reliabel.

Maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel yang diteliti sudah memenuhi syarat dilakukannya dalam penelitian.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dann membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode deskriptif (kualitatif) dan Verifikatif (kuantitafif).

1. **Analisis Kualitatif/Deskriptif**

Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$Skor = \frac{Skor\ Aktual}{Skor\ ideal}\ x\ 100\%$$

Sumber :Umi Narimawati (2007:84)

Keterangan:

a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.10 sebagai berikut :

Tabel 3.9
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	Tidak Baik
2	36.01 - 52.00	Kurang Baik
3	52.01 - 68.00	Cukup
4	68.01 - 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

2. Analisis Kuantitatif (Verifikatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Terlebih dahulu dilakukan tabulasi dan memberikan nilai sesuai dengan system yang diterapkan. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesinoner tertutup dengan menggunakan skala ordinal. Untuk teknik perhitungan data kuesioner yang telah diisi oleh responden digunakan skala likert dengan langkah-langkah : yaitu memberikan bobot 5-4-3-2-1 untuk jenis pertanyaan yang positif.

Adapun metode analisis yang digunakan adalah :

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan Harga dan Lokasi Terhadap Minat beli konsumen. Persamaan regresi yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

$$\mathbf{Y} = \alpha + \boldsymbol{\beta_1 X_1} + \boldsymbol{\beta_2 X_2} + \mathbf{e}$$

Keterangan:

Y = Minat Beli Konsumen

X1 = Harga

X2 = Lokasi

α = konstanta

β 1 = koefisien regresi variabel Pengaruh Harga

β 2 = koefisien regresi variabel lokasi

e = pengganggu (*error*)

a. Analisis Korelasi Person *Product Moment*

Analisa terhadap data-data yang telah dikumpulan untuk menyatakan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, maka digunakan korelasi. "Korelasi digunakan untuk melihat kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas dan tergantung". (Jonathan Sarwono, 2006 : 37)

Kuat lemahnya hubungan antara variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini dibuktikan dengan menggunakan analisis Korelasi Pearson Product Moment, karena dalam penelitian ini penulis mempergunakan metode penelitian analisis deskriptif dan skala pengukuran ordinal. Analisis Korelasi Product Moment digunakan untuk mengukur kuat atau lemahnya hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan.

Rumus dari analisis Korelasi Product Moment adalah

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\} - \{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}}$$

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$

r = koefisien korelasi

x = pengaruh harga dan lokasi

z = minat beli konsumen

n = jumlah responden

b. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variable terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari:

$R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$.

$$Kd = r^2 \; x 100\%$$

Keterangan : Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah pengaruh penetapan harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen di Restoran Pecel Lele Lela Jl.di Pati Ukur No.248 bandung. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. Pengujian Secara Simultan/Total.

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F = \frac{(n - k - 1)R^2_{Y.X\ldots}}{k(1 - R^2_{Y.X\ldots})}$$

dimana :

F = Koefisien Korelasi Ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama–sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan anatara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (pengaruh harga dan lokasi) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (minat beli konsumen) ditolak dan sebaliknya.

Menurut (Sugiyono, 2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson.*

a. Hipotesis

H_0 ; $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh penetapan harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Di Pati Ukur No.248 Bandung

H_1 ; $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh pengaruh penetapan harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Di Pati Ukur No.248 Bandung

b. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila F_{hitung} > dari F_{tabel} ($\alpha = 0,05$)

Menurut Guilford (1956:480), bahwa tafsiran koefisien korelasi variabel dalam penelitian dapat dikategorikan sebagai berikut:

Taksiran koefisien korelasi yang dikategorikan menurut metode Guilford adalah sebagai berikut :

Tabel 3.10

Kategori Korelasi Metode Guilford

Besarnya Pengaruh	Bentuk Hubungan
0,00 – 0,20	Sangat longgar, dapat diabaikan
0,21 – 0,40	**Rendah**
0,41 – 0,60	Moderat / Cukup
0,61 – 0,80	**Erat**
0,81 – 1,00	Sangat erat

Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho yxi \neq 0$. Untuk mengetahui ρyxi yang tidak sama dengan nol , maka dilakukan pengujian secara parsial.

2. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$\textbf{t}\ \text{hitung}\ (X1,2) = \frac{\textbf{b}\ 1,2}{\text{se}\ (b\ 1,2)}$$

Keterangan:

t hitung (X1,2) = Nilai **t** hitung X1 (pengaruh harga) dan Nilai **t** hitung X2 (lokasi)

b1 dan b2 = Koefisien regresi masing-masing variabel

Hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikansi 5%.

b. Hipotesis

$H_{0.}$ ρ = 0, Tidak terdapat pengaruh penetapan harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Di Pati Ukur No.248 Bandung

H_{11}. ρ ≠ 0, Terdapat pengaruh penetapan harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Di Pati Ukur No.248 Bandung

Ho. ρ = 0, Tidak terdapat pengaruh penetapan harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Di Pati Ukur No.248 Bandung

H_{12}. ρ ≠ 0, Terdapat pengaruh penetapan harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Di Pati Ukur No.248 Bandung

c. Kriteria pengujian

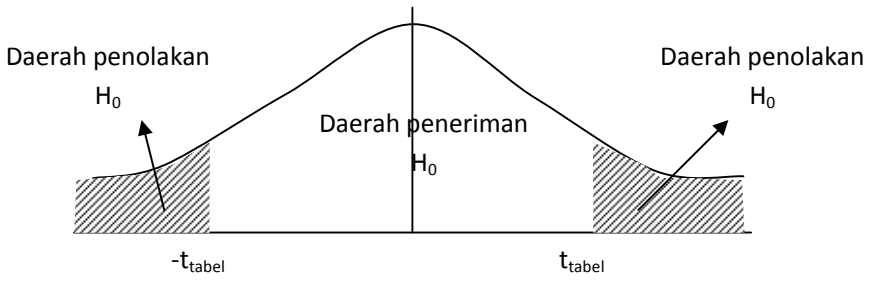
H_0 ditolak apabila t_{hitung} < dari t_{tabel} (α = 0,05)

Kriteria Penarikan Pengujian:

Jika menggunakan tingkat kekeliruan (α = 0,01) untuk diuji dua pihak, maka kriteria peneerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1 :



Gambar 3.1

Daerah penerimaan dan penolakan Ho

Sumber: Sugiyono (2009:185)