BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Pengertian dari objek penelitian menurut Sugiyono (2011:32) adalah sebagai berikut :

> "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".

Adapun pengertian objek penelitian menurut Umar Husein (2005:303)adalah sebagai berikut :

> "Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu".

Sesuai dengan pengertian diatas bahwa pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah. Objek dalam Penelitian ini adalah Display toko, Harga dan Minat beli. Penelitian ini dilakukan pada alfamart didago.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya.

Metodepenelitan menurutSugiyono(2009:4) adalah sebagai berikut:

> "Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah".

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2011:147) adalah sebagai berikut:

> "Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi".

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah satu sampai lima. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-

masalah yang ada sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga daya dapat dikumpulkan, dianalisis dan ditarik kesimpulan dengan teori-teori yang telah dipelajari, untuk kemudian ditarik kesimpulan.

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Mashuri (2008) dalam Narimawati Umi (2010:29) adalah sebagai berikut:

> "Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".
>
> Metode verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan alat uji statistik yaitu Analisis Jalur *(Path Analysis)*.

3.2.1 Desain Penelitian

Sebelum melakukan penelitian sangatlah perlu kita melakukan suatu perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilkakukan dapat berjalan dengan lancar dan sistematis.

Desain penelitian menurut Narimawati Umi (2008) adalah sebagai berikut:

"Desain Penelitian adalah Suatu Rencana Struktur, dan Strategi untuk menjawab permasalahan yang mengoptimasi validitas".

Desain penelitian menurut Indrianto Nur dan Supomo Bambang (2002:249) adalah sebagai berikut:

"Desain Penelitian adalah rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh penelitian dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data."

Dari uraian di atas tersebut maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh penulis dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data.

Menurut Sugiyono (2009:13) menjelaskan proses penelitian disampaikan seperti teori sebagai berikut:

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipotesis
5. Metode penelitian
6. Menyusun instrumen penelitian
7. Kesimpulan.

Berdasarkan penjelasan proses penelitian diatas maka proses penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

   Penulis melakukan kuesioner awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai dasar penelitian.

2. Rumusan Masalah

   Penelitian ini merumuskan masalahnya sebagai berikut:

   a. Bagaimana Display toko di minimarket alfamart Dago.
   b. Bagaimana Harga diminimarket alfamart Dago.

c. Bagaimana Minat beli di minimarket alfamart
d. Apakah Displat Toko berhubungan signifikan terhadap Minat Beli diminimarket alfamart Dago.
e. Apakah Harga berhubungan signifikan terhadap Minat Beli diminimarket alfamart Dago

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk menjawab hipotesis penelitian ini yang terdapat dalam rumusan masalah maka diperlukan sumber data teoritis yang relevan atau dalam penelitian sebelumnya dengan tema yang sama untuk digunakan dalam menjawab pertanyaan sementara.

4. Pengajuan Hipotesis

   Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris *(factual)* maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

   a. Pengaruh Display toko diminimarket alfamart Dago cukup baik.
   b. Harga diminimarket alfamart Dago cukup baik.
   c. Minat beli diminimarket alfamart Dago cukup baik.
   d. Pengaruh Display Toko berhubungan signifikan terhadap Minat beli diminimarket alfamart Dago.
   e. Harga berhubungan signifikan terhadap Minat beli diminimarket alfamart Dago

5. Metodologi Penelitian

   Untuk menguji hipotesis tersebut penulis dapat memilih metode penelitian yang sesuai. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan teknik analisis data menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif.

6. Menyusun Instrumen Penelitian

   Instumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instumen pada penelitian ini berbentuk data yang didapatkan dari data yang diterima dari minimarket alfamart dago bandung yang termasuk kedalam penelitian. Teknik yang digunakan untuk menggunakan data-data kualitatif yang diperoleh menjadi urutan data kuantitatif adalah dengan menggunakan Skala *Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

7. Kesimpulan

   Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

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

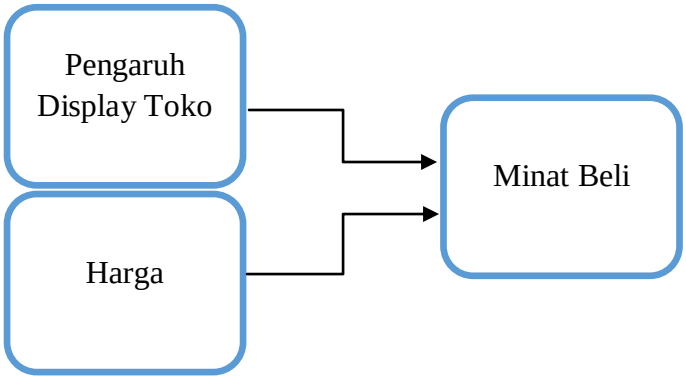
Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode yang Digunakan**	**Unit Analisis**	***Time Horizon***
T-1	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Konsumen Alfamart Dago Di Kota Bandung	*Cross Secrional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Konsumen Alfamart Dago Di Kota Bandung	*Cross Secrional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Konsumen Alfamart Dago Di Kota Bandung	*Cross Secrional*
T-4	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Konsumen Alfamart Dago Di Kota Bandung	*Cross Secrional*
T-5	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Konsumen Alfamart Dago Di Kota Bandung	*Cross Secrional*

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma hubungan antara dua variabel bebas secara bersamaan yang mempunyai hubungan dengan satu variabel tergantung.

Desain penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1
Desain Penelitian

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Narimawati Umi (2008:30) pengertian operasional variabel adalah sebagai berikut:

> "Operasionalisasi Variabel adalah proses penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor".

Sesuai dengan judul penelitian yang diungkapkan oleh penulis yaitu Pengaruh Display Toko dan Harga terhadap Minat Beli diminimarket alfamart Dago. Maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah berikut:

1. Variabel Independen (X)

   Variabel independen yaitu variabel bebas yang bisa juga mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Pengaruh Display Toko (X1) dan Harga (X2).

   Pengaruh Display Toko dan Harga ditentukan dengan skala ordinal, data-data diperoleh dari hasil kuesioner.

2. Variabel Dependen (Y)

   Varibel dependen adalah variabel terkait yang dipengaruhi atau mempengaruhi variabel lain, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Minat Beli.

Agar lebih jelas indikator tersebut dapat dituangkan dalam tabel operasional dibawah ini:

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	No. Kuesioner	Skala
Display Toko X1	Display adalah " non personal stimulation of demand for produk, service or selling organization to perspective buyer buyers by direct appeal to vision or the other sencos" yang artinya Display adalah keinginan memberi sesuatu	a. Window display (bagian depan toko)	• Tingkat kerapian bagian depan toko	1	ORDINAL
		b. Interior display (bagian dalam toko)	• Tingkat kerapian • Tingkat keteraturan	2-3	
		c.Eksterior display (bagian	• Tingkat kerapian	4-5	

	yang tidak didorong oleh seseorang tapi didorong oleh daya tarik atau penglihatan ataupun oleh perasaan lainnya. Buchari Alma (2007:189)	luar toko)	dibagian luar toko • tingkat penataan diluar toko		ORDINAL
Harga (X2)	sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut Kotler dan Amstrong (2001:439)	a. Harga yang sesaui dengan manfaat	• Tingkat harga yang sesaui	6	
		b. Harga barang terjangkau	• Tingkat harga yang terjangkau	7	
		c. Persaingan harga	• Tingkat persaingan harga	8	
		d. Kesesuian antara harga dengan kualitas	• Tingkat kesesuain harga terhadap kualitas	9	
Minat Beli (Y)	Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian Kotler dan Amstrong (2001:14)	a. Ketertarikan terhadap produk-produk yang ditawarkan	• Tingkat ketertarikan produk yang ditawarkan	10	
		b. Ketertarikan produk dan kemudahan dalam membeli	• Tingkat kemudahan dalam membeli produk	11	
		c. Situasi pembelian yang menyenangkan	• Tingkat situasi saat melakukan pembelian	12	
		d. Terpenuhinya kebutuhan	• Tingkat terpenuhinya kebutuhan	13	
		e. Kualitas hasil kerja	• Tingkat dari kualitas kerja	14	

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Jenis data yang digunakan penulis pada penelitian mengenai Pengaruh Display Toko dan Harga Terhadap Minat Beli pada minimarket alfamart dago adalah data primer dan data sekunder.

1. **Data Primer**

Data primer merupakan data yang diambil langsung dari responden secara langsung yang dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan tertentu yang dibuat untuk itu.(Umi Narimawati 2007:76).

2. **Data Sekunder**

Data Sekunder merupakan data penunjang yang digunakan untuk mendukung penelitian, dalam penelitian ini meliputi informasi mengenai karakteristik organisasi, jumlah karyawan, data hasil evaluasi karyawan, penelitian terdahulu, serta materi perkuliahan yang berhubungan dengan objek data yang akan diteliti oleh penulis. (Umi Narimawati 2007:76).

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

1. **Populasi**

MenurutSugiyono (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".

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dalam bulan Juni berjumlah sebanyak 500 orang, yang belanja maupun tidak belanja.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2009:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang di ambil dalam penelitian dilakukan dengan teknik *probability sampling* dengan jenis *propotionate stratified random sampling* (sampel acak berstrata).

Menurut Sugiyono (2009:118),*propotionate stratified random sampling* yaitu "teknik pengambilan sampel bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara poporsional".

Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuranresponden pada toko minimarket alfamart didago. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n). Husein Umar (2004:78) untuk menentukan sampel digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan dalam penelitian 10% atau 0,1

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat diketahui sampel yang akan diambil dalam penelitian ini melalui perhitungan berikut:

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

$$\frac{500}{1+(500x0.1^{2)}}$$

= 83.33 ~ 83

Dengan menggunakan rumus diatas bahwa dengan populasi 500 orang, tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 10%, maka dapat diketahui sampel yang akan diteliti adalah sebanyak orang 83 konsumen.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan pengumpulan data lapangan dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada intansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer (data yang di peroleh langsung dari PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk Kota Bandung).

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan peninjauan langsung terhadap obyek yang diteliti, seperti :

a. Wawancara *(Interview)*

Wawancara merupakan proses keterangan atau data yang diperlukan dengan cara tanya jawab langsung kepada reponden yang mempunyai hubungan dengan masalah yang akan diteliti, di lingkungan minimarket alfamart/PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk Kota Bandung.

b. Angket *(Kuesioner)*

Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab, berupa daftar pertanyaan yang dibuat dengan metode pertanyaan terstruktur (tertutup dan terbuka) kepada responden tentang variabel Display toko dan Harga terhadap Minat beli

c. Pengamatan *(Onservasi)*

Dengan mengadakan penelitian dan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan dan keadaan dialokasi penelitian guna memperoleh data dan informasi mengenai subyek penelitian.

2. Penelitian Kepustakaan *(Dokumentasi)*

Teknik pengumpulan data sekunder (yang dilakukan dengan mencatat dokumen-dokumen yang berhubungan dengan variabel penelitian). Penelitian yang dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan data yang diperlukan dari

berbagai buku, jurnal, catatan-catatan, gambar-gambar dan literatur-literatur yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini. Adapun tujuan dari metodologi ini adalah untuk deskripsi, gambaran secara sistematis akurat, faktual mengenai hal-hal yang diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner sebagai data penelitian.Sebelum kuesioner atau instrumen penelitian disebarkan kepada responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya alat ukur yang digunakan, sedangkan pengujian reliabilitas untuk menunjukkan sejauhmana alat ukur dapat dipercaya.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Cooper (2006:720) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini dan Linna Ismawati(2010:42), validitas adalah :

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

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

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{[\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}][\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}]}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi pearson

x = skor item pertanyaan

y = skor total item pertanyaan

N = jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrumen

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji t (taraf signifikan 5%).

Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n - 2$$

Dimana :

n = ukuran sampel

r = koefisien korelasi pearson

Taraf signifikansi ditentukan 5%. Jika diperoleh hasil korelasi yang lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 0,05 berarti butir pertanyaan tersebut valid. Apabila koefisien korelasinya > 0,255 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika korelasinya < 0,255 menunjukan bahwa data tersebut tidak valid.

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 ≥ 0,255 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan korelasi *product moment* (indeks validitas) diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Kuesioner Display Toko

Butir Pertanyaan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0.577	0,300	Valid
Item 2	0.691	0,300	Valid
Item 3	0.716	0,300	Valid
Item 4	0.774	0,300	Valid
Item 5	0.0859	0,300	Valid

Sumber : Data diolah

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Kuesioner Harga

Butir Pertanyaan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0.839	0.300	Valid
Item 2	0.739	0.300	Valid
Item 3	0.655	0.300	Valid
Item 4	0.751	0.300	Valid

Sumber: Data diolah

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Minat Beli

Butir Pertanyaan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0.698	0.300	Valid
Item 2	0.874	0.300	Valid
Item 3	0.772	0.300	Valid
Item 4	0.774	0.300	Valid
Item 5	0,81	0.300	Valid

Sumber: Data diolah

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Cooper (2006:716) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini dan Linna Ismawati (2010:43), reliabilitas adalah :

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

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (Spearman–Brown Correlation), teknik belah dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subjek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap–ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.
2. Skor untuk masing–masing kelompok dijumlahkan sehingga skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
3. Korelasikan skor total kelompok I dan total kelompok II.

4. Korelasikan skor total kelompok Idan skor total kelompok II.

   2Ґb

   1 + Ґb

5. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Ґ1 = \frac{2Ґ_b}{1 + Ґ_b}$$

Dimana :

Ґ1 = reliabilitas internal seluruh item

Ґb = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistik, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (*reliable*).

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Kuesioner	Koefisien Reliabilitas	Nilai kritis	Keterangan
Display Toko	0.803	0,700	Reliabel
Harga	0.754	0,700	Reliabel
Minat Beli	0.814	0,700	Reliabel

3.2.4.3 Uji MSI *(Method of Successive Interval)*

Method of successive interval (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan pada operasionalisasi variable sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of successive interval* (Harun al rasyid).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi pada setiap jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proposal tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban,
5. Menentukan nilai interval rata-rata setiap pilihan jawaban.
6. Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.2.5.1 Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian, sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dengan menggunakan uji statistik yang relevan. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian, maka digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap *item*

Untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat 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, 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.Apabila digambarkan dengan rumus, maka akan tampak seperti di bawah ini:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \quad X \ 100\%$$

Analisis deskriptif ini akan memberikan gambaran tentang suatu data yang akan diteliti sehingga dapat membantu dalam mengetahui karakterisitik data sampel. Adapun dalam penelitian ini analisis deskriptif dilakukan oleh peneliti untuk manjawab rumusan masalah pada point pertama sampai ketiga yaitu:

1. Menggambarkan bagaimana Display Toko
2. Menggambarkan bagaimana Harga
3. Menggamabarkan bagaimana Minat Beli

Menurut Umi Narimawati (2007:83-85) selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.9 sebagai berikut :

Tabel 3.7

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

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

3.2.5.2 Analisis Verifikatif

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Terlebih dahulu dilakukan tabulasi dan memberikan nilai sesuai dengan sistem yang ditetapkan. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuisioner tertutup dengan menggunakan skala ordinal. Untuk teknik perhitungan data kuesioner yang telah diisi oleh responden digunakan skala *rating scale* dengan *rating scale*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabeldengan langkah-langkah :

a. Mengolah setiap jawaban dan pertanyaan dari kuesioner yang disebarkan untuk dihitung frekuensi dan persentasenya.
b. Nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel independen (X) yaitu X_1, $X_{2, ..} X_n$ dan variabel dependen (Y) yaitu (X_1, Y), (X_2, Y),… (X_n, Y) dan asumsikan sebagai hubungan linier.
c. Menentukan skala atau bobot dari masing-masing alternatif jawaban seperti diuraikan diatas. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui *"Metode of Successive Interval"*, dengan rumus sebagai berikut:

$$Means\ of\ Interval = \frac{Desinsity\ at\ lower\ limit - Density\ at\ upper\ limit}{Area\ under\ upper\ limit - Area\ under\ lower\ limit}$$

Langkah kerja pengolahan dan analisis data dalam analisis regresi multiple linier adalah adalah sebagai berikut:

1. Mengubah skala ordinal menjadi skala interval dengan metode interval berurutan *(Metod Successive Interval)* untuk variabel bebas maupun terikat yaitu:
    a. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
    b. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
    c. Menghitung nilai y (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
    d. Menghitung nilai identitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
    e. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval.*
    f. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus: Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Display Toko dan Harga hubungannya terhadap Minat Beli diminimarket alfamart Dago.

Analisis *verifikatif* (kuantitatif) dalam penelitian ini digunakan penulis untuk mengetahui apakah Display Toko dan Harga berhubungan signifikan terhadap Minat Beli parsial.

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah alat analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y). Dampaknya dari analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah menaikan dan menurunnya variabel *dependent* (Minat Beli) dapat dilakukan melalui menaikan dan menurunkan keadaan variabel *independent* (Display Toko dan Harga) atau dengan meningkatkan keadaan variabel *dependent* (Minat Beli) dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel *independent* (Pengaruh Display toko dan Harga). Dengan formulasi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana nilai a dan b dicari terlebih dahulu dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

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

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

Sumber : Sugiyono (2008:272)

Keterangan:

a = konstanta (nilai Y pada saat nol)

b = koefisioen regresi

n = ukuran sampel atau banyak data di dalam sampel

X = nilai variabel *independent*

Y = nilai variabel *dependent*

A. Uji Asumsi Klasik

Dalam mencari keabsahan analisis regresi berganda, penelitian ini akan diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh dapat meghasilkan estimator yang baik.

Adapun keempat uji asumsi klasik itu adalah :

a) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah garfik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011:181).

b) Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2006:95) bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar

variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya antar variabel independen tidak terjadi kolerasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas dalam model regresi dapat dilihat dari tolerance value atau variance inflation factor (VIF).

c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (error) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

d) Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan deret waktu dalam model regresi atau dengan kata lain error dariobservasi yang satu dipengaruhi oleh error dari observasi yang sebelumnya. Akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahannya menjadi sangat besar

dan koefisien regresi menjadi tidak stabil. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik Durbin-Watson (D-W).

3.2.5.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Apakah Display Toko berhubungan signifikan terhadap Minat Beli.
b. Apakah Harga berhubungan signifikan terhadap Minat Beli.

Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

1. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, unutk menguji hubungan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut:

a. Rumus uji-t yang digunakan adalah:

$$t_i = \frac{P_{YX1}}{\sqrt{\frac{(1-R^2_{XY.....Xk})CRii}{(n-k-1)}}} \quad I = 1,2,3.....,5$$

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

b. Hipotesis

$H0_1$: $\beta_1 = 0$, Display Toko tidak berpengaruh terhadap Minat Beli.

$H1_1$:$\beta_1 \neq 0$, Display Toko berpengaruh terhadap Minat Beli.

$H0_2$: $\beta_2 = 0$, Harga tidak berpengaruh terhadap Minat Beli.

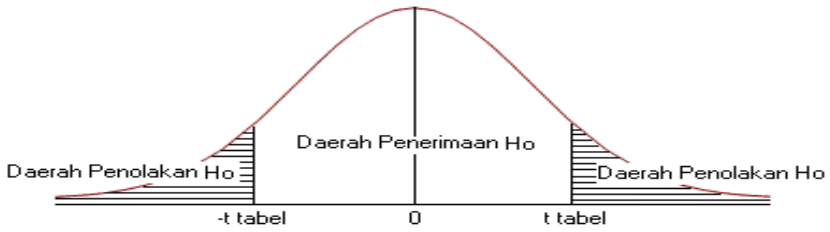
$H1_2$: $\beta_2 \neq 0$, Harga berpengaruh terhadap Minat Beli.

Kriteria pengujian :

H_0ditolak apabila t_{hitung}< dari t_{tabel} ($\alpha = 0{,}05$)

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut:

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada didaerah penolakan, berarti Ha diterima artinya antara 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.



Gambar 3.2

Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipótesis

Sumber Sugiyono (2009:185)

- Kriteria pengujian

Untuk mengetahui apakah Ho diterima atau ditolak, digunakan uji signifikasi yaitu :

Jika t hitung > t tabel 0,05 (dk = n-2), maka Ho = ditolak, H1 diterima

Jika t hitung < t tabel 0,05 (dk = n-2), maka Ho = diterima, H1 ditolak

Dimana :

1. Dengan tingkat signifikasi ( ) = 0,05
2. Derajat kebebasan (dk) = n-2