

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Pengertian dari objek penelitian menurut **Sugiyono (2012:38)** dalam **Trustorini dan Yusuf (2017)** 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”.

Objek penelitian yang disusun adalah Lokasi Usaha (X1) dan Suasana Toko (X2) sebagai variable bebas atau independent, dan Keinginan Membeli Konsumen (Y) sebagai variable terikat atau dependen.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian menurut **sugiyono (2009)** adalah 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 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. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data dapat dikumpulkan, dianalisis, dan ditarik kesimpulan dengan teori-teori yang telah dipelajari, untuk kemudian ditarik kesimpulan. Adapun tujuan penelitian Deskriptif menurut **Husein Umar (2004:47)** yaitu untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.

Pendekatan verifikatif menurut **Sugiyono (2005: 21)** adalah: “metode verifikatif adalah 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”.

Tujuan dari metode verifikasi yaitu merupakan pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif melalui suatu perhitungan statistik, Penelitian yang digunakan untuk menguji variabel X_1 dan X_2 pengaruhnya terhadap Y yang akan diteliti. sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Adapun obyek yang di uji dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Lokasi Usaha dan Suasana Toko terhadap Keinginan Membeli Konsumen pada Toserba Laksana Group di Parongpong Bandung Barat”.

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, penelitian ini menggunakan Metode Survei Penjelasan (*Explanatory Survey Method*). Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dalam penelitian akan digunakan statistika yang cocok, untuk itu dalam analisis menggunakan *multiple regression* (regresi berganda).

3.2.1 Desain Penelitian

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

Desain penelitian menurut **Moh. Nazir (2003:84) dalam Trustorini dan Yusuf (2017)** adalah sebagai berikut:

“Desain Penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam konteks ini komponen desain dapat mencakup semua struktur penelitian yang diawali sejak ditemukannya ide sampai diperoleh hasil penelitian”.

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:

Proses penelitian meliputi:

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

Peneliti melakukan survey awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai dasar penelitian.

2. Rumusan Masalah

Penelitian ini merumuskan masalahnya sebagai berikut:

- a. Bagaimana lokasi usaha pada Toserba Laksana Group ?
- b. Bagaimana Suasana Toko pada Toserba Laksana Group ?
- c. Bagaimana keinginan membeli konsumen pada Toserba Laksana Group?
- d. Seberapa besar pengaruh lokasi usaha dan Suasana Toko terhadap keinginan membeli konsumen pada Toserba Laksana Group?

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 Lokasi Usaha dan Suasana Toko terhadap Keinginan Membeli Konsumen.

5. Metodologi Penelitian

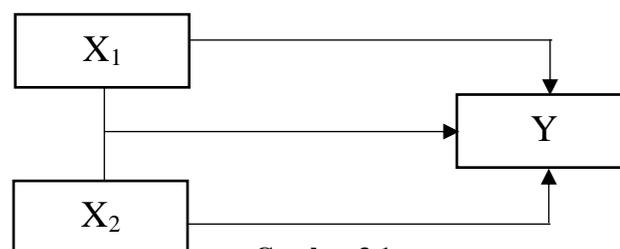
Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif.

6. Menyusun Instrument Penelitian

Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpul data. instrument pada penelitian ini berbentuk data yang didapatkan dari data yang diterima dari Toserba Laksana Group 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 berikut:



Gambar 3.1
Desain Penelitian

3.2.2 Operasional Variabel

Sugiyono (2009:38) dalam buku “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”, menjelaskan definisi mengenai variabel penelitian:

“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 kemudian ditarik kesimpulannya.”

Operasionalisasi variabel dimaksudkan untuk memperjelas variabel-variabel yang diteliti beserta pengukuran-pengukurannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian, yaitu :

1. Variabel bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), Sugiyono (2009:39). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas, yaitu Lokasi Usaha (X_1) dan Suasana Toko (X_2).

2. Variabel terikat (*Dependent variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, **Sugiyono (2009:39)**. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keinginan Membeli Konsumen (Y)

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Lokasi Usaha (X1)	Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Kotler (2009:84) dalam Imelda Yuliana (2016:6)	• Akses	• Tingkat lokasi yang mudah dijangkau dari berbagai arah. • Tingkat kemudahan transportasi.	Ordinal
		• Visibilitas	• Tingkat lokasi dapat dilihat dari jarak pandang normal	
		• Lalu lintas	• Tingkat kepadatan dan kemacetan lalu lintas.	
		• Tempat parkir	• Tingkat luasnya lahan parkir.	
		• Lingkungan	• Tingkat tersedianya tempat yang cukup luas.	
Suasana Toko (X2)	Suasana Toko bertujuan untuk menarik perhatian konsumen untuk berkunjung, memudahkan mereka untuk mencari barang yang dibutuhkan, mempertahankan mereka untuk berlama-lama berada di dalam toko, memotivasi mereka untuk membuat perencanaan secara mendadak, mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian, dan memberikan kepuasan dalam berbelanja. Levy & Weitz (2001:491) dalam Lili Harlina Putri (2013:4).	• <i>Exterior</i>	• Tingkat visibilitas papan nama. • Tingkat kenyamanan fasilitas toko • Tingkat bagian luar toko terlihat menarik.	Ordinal
		• <i>General Layout</i>	• Tingkat kebersihan toko. • Tingkat pencahayaan toko • Tingkat suhu didalam ruangan	
		• <i>Layout room</i>	• Tingkat kerapihan toko.	
		• <i>Interior Point of Interest Display</i>	• Tingkat kemenarikan dekorasi ruangan	

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Keinginan Membeli Konsumen (Y)	Minat Beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang di tawarkan Kotler dan Keller dalam Veronika (2016 :21)	• Minat transaksional	• Tingkat keinginan membeli	Ordinal
		• Minat referensial	• Tingkat berbagi informasi kepada orang lain	
		• Minat preferensial	• Tingkat perbandingan toko oleh konsumen	
		• Minat eksploratif	• Tingkat keingintahuan tentang barang baru	

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Penulis melakukan penelitian ini untuk mendapatkan data mengenai objek penelitian yang akan diteliti, data tersebut dapat dikelompokkan kedalam dua jenis data, data yang digunakan oleh penulis ada dua jenis, yaitu :

1. Data primer, yaitu merupakan data informasi yang diperoleh pengamatan langsung pada pengusaha yang menjadi objek penelitian. Data primer ini berupa data:
 - a. Persepsi responden mengenai Lokasi Usaha
 - b. Persepsi responden mengenai Suasana Toko
 - c. Persepsi responden mengenai Keinginan Membeli Konsumen

Menurut **Sugiyono, (2012:193)** adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan maupun tidak

dipublikasikan. Sementara untuk data sekunder diambil dari perpustakaan dan penelitian terdahulu.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Unit pengamatan dalam penelitian ini terhadap konsumen yang berkunjung ke Toserba Laksana Group dan unit analisisnya adalah Lokasi Usaha dan Suasana Toko terhadap Keinginan membeli konsumen.

1. Populasi

Pengertian Menurut **Sugiyono (2009;115)**, “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Populasi yang terdapat di Toserba Laksana Group pada tahun 2018 selama 6 (enam) bulan sebanyak 1654konsumen.

Tabel 3.2
Data Populasi

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1	Januari	233
2	Februari	393
3	Maret	284
4	April	346
5	Mei	256
6	Juni	142
Jumlah		1654

Sumber: Toserba Laksana Group, 2018

2. Sampel

Menurut **Sugiyono (2012:81)** sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan *probability sampling* dengan *simple random sampling*.

Sugiyono (2012:82) *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dan adapun *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

a. Menghitung Sampel

Dalam metode penarikan sampel pada penelitian ini, menggunakan pendekatan *slovin* menurut **Yumane (1967)** dalam **Sudirdja (2012)** pendekatan ini dinyatakan dalam rumus berikut ini:

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Tingkan kesalahan / error dalam penelitian 10% atau 0,1

$$n = \frac{1654}{1 + (1654 \times 0,1^2)}$$

$$94,29 = 100$$

Dengan menggunakan rumus diatas, bahwa dengan jumlah populasi sebanyak 1654 konsumen dengan tingkat kesalahan sebesar 10% atau 0,1 maka didapat sampel sebanyak 100 konsumen dengan pembulatan.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut **Sugiyono (2015:137)** teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Studi Pustaka (*Literary Research*)

Yaitu mengumpulkan data dan mempelajari atau membaca pendapat para ahli yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti untuk memperoleh landasan teori – teori yang dapat menunjang penelitian. Sehingga penelitian yang dilaksanakan mempunyai landasan teori yang kuat dan menunjang.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Dalam teknik ini peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mengumpulkan, mengelola, dan menganalisis data yang diperlukan. Adapun studi lapangan yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan langsung terhadap objek penelitian dengan mengunjungi perusahaan. Data atau informasi yang diperoleh didapat secara langsung dari sumber – sumber tertulis yang diberikan perusahaan. Pengamatan langsung ini dimaksudkan untuk melengkapi data yang diperlukan serta membandingkan keterangan

yang diperoleh sebelumnya dengan ketepatan data yang ada diperusahaan.

b. Wawancara

Penulis mengadakan wawancara langsung dengan pihak perusahaan yang berwenang dalam bidang yang berhubungan dengan masalah yang dibahas sehingga memperoleh data – data yang diperlukan.

c. Kuesioner

Yaitu alat penelitian berupa daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Disini peneliti menggunakan skala Likert.

Tabel 3.3
Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai	
	Positif	Negatif
a. Sangat Setuju (SS)	5	1
b. Setuju (S)	4	2
c. Ragu(R)	3	3
d. Tidak Setuju (TS)	2	4
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : Sugiyono (2010:133)

3.2.4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data, menurut **Sugiyono (2010:172)** menjelaskan mengenai validitas adalah sebagai berikut :

“Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid.”.

Lebih lanjut uji validitas menurut **Sugiyono (2010:172)**, validitas adalah :

” Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Dari definisi diatas validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Suatu alat ukur disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini yaitu untuk menggambarkan variabel Lokasi Usaha (X_1) dan Suasana Toko (X_2).

Tabel 3.4
Standar Penilaian untuk Validitas

Kriteria	Validity
Good	0,50
Acceptable	0,30
Marginal	0,20
Poor	0,10

Sumber : Barker *et al*, 2002:70

Secara teknis valid tidaknya suatu butir pernyataan dinilai berdasarkan kedekatan jawaban responden pada pernyataan tersebut dengan jawaban responden pada pernyataan lainnya. Nilai jawaban responden diukur menggunakan koefisien korelasi, yaitu melalui nilai korelasi setiap butir pernyataan dengan total butir pernyataan lainnya. Butir pernyataan dinyatakan valid jika memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan rumus korelasi *pearson product moment* (r).

Seperti dilakukan pengujian lebih lanjut, semua item pernyataan dalam kuesioner harus diuji keabsahannya untuk menentukan valid tidaknya suatu item. Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diungkapkan. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi *pearson product moment*. Untuk mempercepat dan mempermudah penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer dengan menggunakan *software SPSS 17.0 for windows* dengan metode korelasi untuk mencari koefisien korelasi antar variabel dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson*

X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Berikut adalah hasil pengujian yang dilakukan untuk menguji keabsahan setiap item pernyataan dalam mengukur variabelnya :

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi Usaha (X1)

No. Instrumen	Koefisien Korelasi	Titik Kritis	Kriteria	Kesimpulan
1	0,765	0,30	Good	Valid
2	0,538	0,30	Good	Valid
3	0,628	0,30	Good	Valid
4	0,376	0,30	Acceptable	Valid
5	0,603	0,30	Good	Valid
6	0,730	0,30	Good	Valid

Sumber : Data diolah, 2019

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Suasana Toko (X2)

No. Instrumen	Koefisiensi Korelasi	Titik Kritis	Kriteria	Kesimpulan
1	0,525	0,30	Good	Valid
2	0,758	0,30	Good	Valid
3	0,764	0,30	Good	Valid
4	0,735	0,30	Good	Valid
5	0,654	0,30	Good	Valid
6	0,692	0,30	Good	Valid
7	0,615	0,30	Good	Valid
8	0,627	0,30	Good	Valid
9	0,351	0,30	Acceptable	Valid

Sumber : Data diolah, 2019

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel Keinginan Membeli Konsumen (Y)

No. Instrumen	Koefisien Korelasi	Titik Kritis	Kriteria	Kesimpulan
1	0,853	0,30	Good	Valid
2	0,496	0,30	Acceptable	Valid
3	0,588	0,30	Good	Valid
4	0,683	0,30	Good	Valid

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan ketiga tabel diatas dapat dilihat untuk hasil uji validitas seluruh item pernyataan dengan jumlah responden sebanyak 100 orang memiliki nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari 0,30 yang artinya seluruh pernyataan tersebut layak digunakan sebagai instrumen penelitian atau dengan kata lain item-item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis berikutnya.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2010:183), reliabilitas adalah :

“Derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu”.

Selain memiliki tingkat kesahihan (validitas) alat ukur juga harus memiliki kekonsistenan. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau kekonsistensian alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji

reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman-Brown Correlation)* Teknik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

- a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.
- b. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
- c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.
- d. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_1 = \frac{2rb}{1+rb}$$

Sumber : Sugiyono (2010:186)

Dimana:

r_1 = reliabilitas internal seluruh item

r_b = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Tabel 3.8
Standar Penilaian Untuk Reliabilitas

Kriteria	Reability
Good	0,80
Acceptable	0,70
Marginal	0,60
Poor	0,50

Sumber : Barker *et al*, 2002:70

Tabel 3.9
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Variabel	Koeffeisen Korelasi	Kriteria	Kesimpulan
Lokasi Usaha (X ₁)	0,747	0,700	Reliabel
Suasana Toko (X ₂)	0,868	0,700	Reliabel
Keinginan Membeli Konsumen (Y)	0,730	0,700	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2019

Nilai reliabilitas butir pernyataan pada kuesioner masing-masing variabel yang sedang diteliti lebih besar dari 0,700 hasil ini menunjukkan bahwa butir kuesioner pada masing-masing variabel tersebut dapat digunakan.

3.2.4.3 Uji MSI (Data Ordinal ke Interval)

Data yang diperoleh sebagai hasil penyebaran dari kuisisioner bersifat ordinal, maka agar analisis dapat dilanjutkan maka skala pengukurannya harus dinaikkan ke skala pengukuran yang lebih tinggi, yaitu skala pengukuran interval agar dapat diolah lebih lanjut. Untuk itu maka digunakan *Method of Succesive Interval* (MSI) dari **Thurstone dalam Harun Al Rasyid (1996:33)**, yang pada dasarnya adalah suatu prosedur untuk menempatkan setiap objek ke dalam interval.

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

1. Ambil data ordinal hasil kuesioner
2. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
3. Menghitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data > 27 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
5. Menghitung nilai skala dengan rumus Method of Succesive Interval.

$$\text{Means of interval} = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area at Below Density Upper Limit} - \text{Area at Below Lower Limit}}$$

Dimana :

- Mean of Interval* : Rata-rata interval
Density at lower limit : Kepadatan batas bawah
Density at Upper Limit : Kepadatan batas atas
Area Under Upper Limit : daerah di bawah batas atas
Area Under Lower Limit : daerah di bawah batas bawah

Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan

rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Menurut **Umi Narimawati (2010:41)**, rancangan analisis dapat didefinisikan sebagai berikut:

“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 ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dimengerti”.

3.2.5.2 Analisis Deskriptif/Kualitatif

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

Langkah – langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

- a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasi dalam lima alternatif jawaban yang menggambarkan peringkat jawaban.
- b. Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua jawaban responden.
- c. Dihitung skor setiap variabel / subvariabel = rata – rata dari total skor.
- d. Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakam statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik.
- e. Untuk menjawab deskripsi tentang masing – masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

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

Sumber: Umi Narimawati (2007:84)

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

Menurut **Umi Narimawati (2007:85)**, selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan sebagai berikut:

Tabel 3.10
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, 2007:85

3.2.5.3 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Menurut **Sugiyono (2012:8)** analisis kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuisisioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Method of Successive Interval*" (**Hays, 1969:39**). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel dapat digunakan salah satunya adalah sebagai contoh analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

A. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Menurut **Wahid Sulaiman (2004:80)**, pengertian regresi linear berganda adalah:

“Jika suatu variabel dependen bergantung pada lebih dari satu variabel independen, hubungan kedua variabel disebut analisis regresi berganda (*multiple regression*)”.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Variabel dependen

X_1, X_2 = Variabel Independen

A = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah (X_1) dan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Keinginan Membeli Konsumen

X₁ = Lokasi Usaha

X₂ = Suasana Toko

a = Konstanta Intersep

β₁ = Koefisien Regresi Variabel

β₂ = Koefisien Regresi Variabel

ε = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

B. Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil lebih akurat pada analisis berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator (BLUE)*. Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis. Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum mengumumkan analisis regresi berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. 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 grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (**Husein Umar, 2011:181**). Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

2) Uji Multikolinieritas

Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinieritas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (**Mandala, 2001:268-270 dalam Ervan Agus Purmanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, 2001:198**). Jika terdapat kolerasi yang kuat diantara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
2. Nilai standar *error* setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar error nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas adalah dengan menggunakan *Variance*

Inflation Factors (VIF). Menurut **Gujarati (2003:362)**, jika nilai *VIF* nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut **Gujarati (2005:406)**, situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil 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 mengkolerasikan 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 kesimpulan terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

C. Analisis Korelasi

Dalam analisis korelasi yang dicari adalah koefisien korelasi yaitu angka yang menyatakan derajat hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) atau untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

1. Analisis Korelasi (Parsial)

Menurut **Sujana (1989)** dalam **Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:49)** pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui

kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

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

Keterangan :

- r = Koefisien Korelasi Pearson
- x = Lokasi Usaha dan Suasana Toko
- y = Keinginan Membeli Konsumen
- n = Jumlah Responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada

Tabel dibawah ini:

Tabel 3.11
Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hamper tidak hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Syahri Alhusin, (2003:157)

2. Uji Korelasi Berganda (Simultan)

Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara seluruh variabel X terhadap variabel Y secara bersamaan. Menurut Sugiyono (2014:256) koefisien korelasi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R_{Y. X_1 X_2} = \sqrt{\frac{r^2 y x_1 + r^2 y x_2 - 2r_{y x_1} r_{y x_2}}{1 - r^2_{x_1 x_2}}}$$

Keterangan :

$R_{Y.X_1 X_2}$ = Koefisien Korelasi antara variabel X_1 dan X_2

ryx_1 = Koefisien Korelasi X_1 terhadap Y

ryx_2 = Koefisien Korelasi X_2 terhadap Y

rx_1x_2 = Koefisien Korelasi X_1 terhadap X_2

C. Analisis Koefisien Determinasi

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (Simultan)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X terhadap variabel Y (Pengaruh Biaya Total Terhadap Laba Usaha) secara simultan maka penulis akan menggunakan analisis koefisien determinasi yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu :

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

Sumber: J. Sarwono (2005:481)

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

R = Koefisien korelasi pearson product moment tiga prediktor

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Jika $r^2 = 100\%$ berarti variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependent, demikian sebaliknya jika $r^2 = 0$ berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Analisis Koefisien Determinasi (Parsial)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel

X_1 , X_2 , X_3 terhadap variabel Y (Pengaruh Biaya Total Terhadap Laba Usaha) secara parsial. Rumus yang digunakan yaitu:

$$KD = \beta \times \text{zero order} \times 100\%$$

Sumber : Gujarati (2003 : 172)

Keterangan :

B = Standar koefisien Beta (nilai b_1 , b_2 , b_3)

Zero order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Keinginan Membeli Konsumen melalui Lokasi Usaha dan Suasana Toko pada Toserba Laksana Group. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistic yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut:

1. 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:

$$t_{hitung}(x_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

$H_{01} \beta=0$, Tidak terdapat pengaruh Lokasi Usaha (X_1) terhadap Keinginan Membeli Konsumen (Y).

$H_{11} \cdot \beta \neq 0$, Terdapat pengaruh Lokasi Usaha (X_1) terhadap Keinginan Membeli Konsumen (Y).

$H_{02} \beta = 0$, Tidak terdapat pengaruh Suasana Toko (X_2) Keinginan Membeli Konsumen (Y).

$H_{12} \cdot \beta \neq 0$, Terdapat pengaruh Suasana Toko (X_2) terhadap Keinginan Membeli Konsumen (Y).

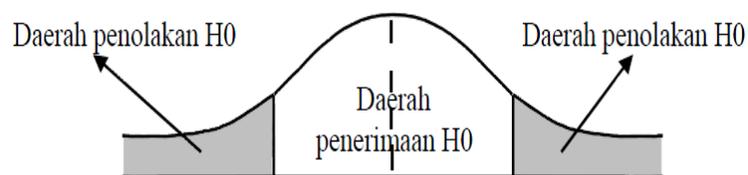
c. Kriteria Pengujian

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

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

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

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



Sumber: Sugiyono (2009:185)

Gambar 3.2
Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Parsial

2. 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:

$$f_{hitung} = \frac{JK_{regresi/k}}{JK_{residu/\{n-(k+1)\}}}$$

Dimana:

JKresidu = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara 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 (kemampuan manajerial dan perilaku kewirausahaan) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (keberhasilan usaha) 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.

b. Hipotesis

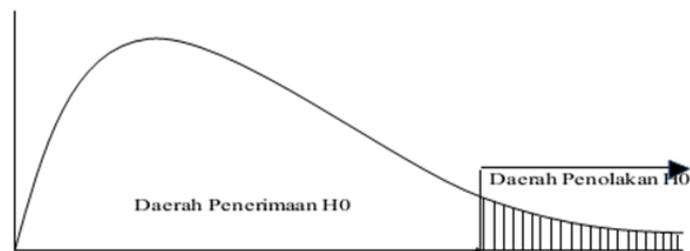
$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Lokasi Usaha dan Suasana Toko terhadap Keinginan Membeli Konsumen .

$H_i : \beta_1, \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Lokasi Usaha dan Suasana Toko terhadap Keinginan Membeli Konsumen.

c. Kriteria Pengujian

Jika terdapat nilai koefisien jalur variable independen tidak sama dengan nol, maka H_0 ditolak dan sebaliknya apabila semua koefisien jalur sama dengan nol, maka H_0 diterima.

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



Gambar 3.3
Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Simultan