

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

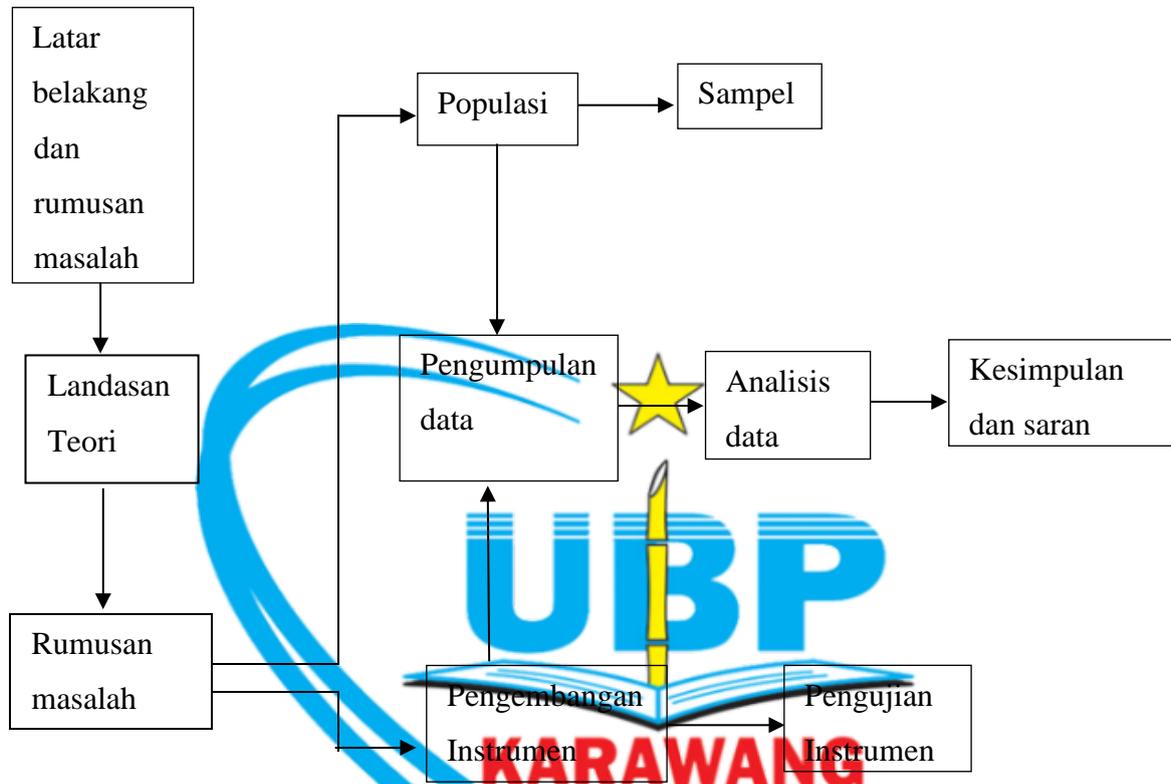
3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2016) penelitian deskriptif adalah penelitian yang bersifat menggambarkan suatu fenomena, peristiwa gejala, baik menggunakan data kuantitatif ataupun kualitatif. Penelitian verifikatif yaitu yang bertujuan menguji hipotesis.

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan analisis pada data *numerical* yang diolah menggunakan metode statistika dan dilakukan dalam penelitian *inferensial* atau saat rangka pengujian hipotesis sehingga diperoleh *signifikan* pengaruh antar variabel *layout*, variasi produk dan minat beli yang diteliti (Sugiyono 2019). Dalam penelitian deskriptif, peneliti mengumpulkan dan menganalisis data secara deskriptif dan naratif, tanpa melakukan pengujian hipotesis atau inferensi statistik. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran yang akurat tentang fenomena yang sedang diteliti. Dalam konteks penelitian pada konsumen Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri metode deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran dan menjelaskan mengenai *layout*, variasi produk, dan minat beli Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri berdasarkan fakta dan data yang dikumpulkan.

Sedangkan dalam metode verifikatif menggunakan pengujian hipotesis atau inferensi statistik untuk membuktikan atau menguji kebenaran suatu hipotesis atau teori. Dalam penelitian ini metode verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang sudah dirumuskan terkait hubungan antara *layout*, variasi produk, dan minat beli Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri. Yang dimana metode verifikatif pula bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel pengaruh *layout* terhadap minat beli, menguji variasi produk terhadap minat beli, dan menguji

pengaruh antara variabel *layout* dan variasi produk terhadap minat beli. Komponen proses penelitian kuantitatif telah di jelaskan oleh (Sugiyono 2018) sebagai berikut :



Gambar 3.1
Desain Penelitian
Sumber: Sugiyono (2018)

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui tahapan berikut :

1. Penelitian berawal dari masalah yang berkaitan dengan *layout*, variasi produk dan minat beli pada sambal bakar, masalah yang ditemukan diidentifikasi agar masalah yang ada lebih terfokus pada variabel penelitian.
2. Landasan teori untuk menemukan jawaban maka diperlukan adanya sumber teori untuk melakukan penelitian.
3. Untuk memunculkan jawaban yang berasal dari teori maka perlu adanya proses pengumpulan jawaban pada rumusan masalah, hal tersebut dinamika hipotesis.

4. Hipotesis akan dilakukan pengujian yang kebenarannya akan diuji.
5. Melakukan uji instrumen pada 30 orang konsumen Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri
6. Pengumpulan data menggunakan instrument yang telah diuji dengan uji validitas dan reliabilitas.
7. Pengujian akan dilakukan pada sampel yang dilakukan karena jumlah populasi yang terlalu luas.
8. Proses selanjutnya akan dilakukan pengumpulan data yang berasal dari penyebaran kuisioner kepada responden.
9. Setelah data terkumpul proses selanjutnya adalah dianalisis, proses ini untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang telah dipaparkan. Penelitian ini menggunakan statistik dengan software SPSS Versi 25 setelah diteliti maka peneliti akan memberikan pembahasan pada penelitian tersebut.
10. Dilihat dari pembahasan maka peneliti akan menyimpulkan hasil dari pembahasan tersebut, dengan memberikan jawaban singkat terhadap rumusan masalah dan selanjutnya akan memberikan saran, agar masalah dapat dipecahkan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di wilayah karawang yang tempatnya di sambal bakar teh Pitri di Karawang. sambal bakar yang akan dijadikan tempat penelitian yaitu sambal bakar teh Pitri di JL. Ronggo Waluyo Kab. Karawang (dekat dengan Kampus Universitas Buana Perjuangan Karawang).

3.2.2 Waktu Penelitian

Penerlitan akan dilaksanakan pada bulan Desember Sampai dengan bulan Agustus.

Adapun rencana waktu penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

| No | Jenis Kegiatan | Jadwal Penelitian 2022/2023 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|------------------------|-----------------------------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|---------|---|---|---|--|--|--|--|
| | | Desember | | | | Januari | | | | Februari | | | | Maret | | | | Juni | | | | Juli | | | | Agustus | | | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | | | | |
| 1 | proses pengajuan judul | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Penulisan proposal | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Bimbingan proposal | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Seminar proposal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | pengumpulan data | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | |
| 6 | Analisis data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Penulisan skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Bimbingan skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Sidang Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Sumber: peneliti, 2022

3.3 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan konsep – konsep berupa kerangka yang menjadi kata – kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang sedang diamati, dan dapat diuji kebenarannya. Dalam penelitian ini diperoleh indikator variabel yang akan diukur yaitu *layout*, variasi produk dan minat beli konsumen Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri. Menurut (Sugiyono, 2013) Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas (independen) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif maupun negatif dengan simbol X, sedangkan variabel terikat (independen) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel dependen dengan simbol Y.

Penelitian ini ada tiga variabel yang akan diteliti, yaitu variabel X1 (*layout*), variabel X2 (variasi Produk) dan variabel Y (minat beli). Variabel – variabel tersebut sebagai berikut : sumber dan teknik pengumpulan data

1. *Layout* sebagai variabel independen (X)

Layout pada penelitian ini adalah tata letak Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri menurut konsumen. Adapun dimensi dari *layout* menurut (Berman dan evan, 2010)

a. *Allocation Of Floor Space* (Alokasi lantai) dapat diturunkan menjadi dua indikator yaitu tempat bertransaksi dan ruangan

konsumen yang disediakan

b. *Traffic Flow* (Arus lalu lintas) dapat diturunkan menjadi satu indikator yaitu Pengaruh pola sirkulasi jalan.

c. *Product grouping* (pengelompokan group) dapat diturunkan menjadi dua indikator yaitu penempatan dan pengelompokan barang dagang.

Cara mengukur layout dalam operasional menggunakan skala likert dengan nilai rendah 1 dan tertinggi 5 (1= sangat tidak baik, 2 = tidak baik, 3 = cukup baik, 4 = baik, 5 = sangat baik)

2. Variasi produk sebagai variabel independen (X)

Variasi produk pada penelitian ini adalah menu makanan pada Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri menurut konsumen.

Adapun dimensi variasi produk menurut (Kotler, 2016) :

- a. Lebar bauran produk dapat diturunkan menjadi dua indikator yaitu jenis produk, kelengkapan produk.
- b. Panjang bauran produk dapat diturunkan menjadi dua indikator yaitu keberagaman produk dan stok produk.
- c. Kedalaman bauran dapat diturunkan menjadi dua indikator yaitu ukuran produk dan merek produk.

Cara mengukur variasi produk dalam operasional menggunakan skala likert dengan nilai rendah 1 dan tertinggi 5 (1= sanagat tidak variasi, 2 = tidak variasi, 3 = cukup variasi, 4 = variaai, 5 = sangat variasi).

3. Minat beli sebagai varibael dependen (Y)

Minat beli pada penelitian ini adalah tata letak pada Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri menurut konsumen. Adapun dimensi minat beli menurut (Adjie. 2014) yaitu :

- a. Minat *transaksi* dapat diturunkan menjadi dua indikator yaitu memiliki minat membeli sambal bakar teh pitri dan rasa suka dalam membeli produk Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri .

b. Minat *referensi* dapat diturunkan menjadi dua indikator yaitu merekomendasikan Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri kepada kerabat dan memiliki motivasi yang besar.

c. Minat *preferensial* dapat diturunkan menjadi dua indikator yaitu menjadikan Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri sebagai pilihan pertama dalam membeli makanan dan kepuasan membeli produk Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri.

d. Minat *exporatif* dapat diturunkan menjadi dua indikator yaitu mencari informasi tentang Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri dan merasa puas membeli produk Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri.

Cara mengukur Minat beli dalam operasional menggunakan skala likert dengan nilai rendah 1 dan tertinggi 5 (1= sangat tidak berminat, 2 = tidak berminat, 3 = cukup berminat, 4 = berminat, 5 = sangat berminat).

Tabel 3.2
Operasional Variabel

| No | Variabel | Dimensi | Indikator | skala | no item kuesioner | Sumber |
|----|--------------------|---|----------------------------------|--------|-------------------|----------------------|
| 1. | <i>Layout</i> (X1) | <i>Allocation Of Floor Space</i> (Alokasi Lantai ruangan) | Tempat bertransaksi | Likert | 1 | Bermans evans (2020) |
| | | | Ruangan Konsumen yang disediakan | | 2 – 3 | |
| | | <i>Trafic Flow</i> (Arus lalu lintas) | Pengaruh pola sirkulasi jalan | Likert | 4 | |

Sumber : *Layout* (Bermans Evans, 2020), Variasi Produk (Kotler, 2016), Minat beli (Adjie dan Samuel, 2014)

Tabel Lanjutan

| No | Variabel | Dimensi | Indikator | Skala | No item Kuesioner | Sumber |
|----|---------------------|---|---|--------|-------------------|-------------------------|
| | <i>Layout</i> (X1) | <i>Product grouping</i> (pengelompokan group) | Penempatan | Likert | 5 – 7 | Bermans evans (2020) |
| | | | Pengelompokan barang dagang | | 8 – 9 | |
| 2 | Variasi Produk (X2) | Lerbar Bauran | Jenis Produk | Likert | 10 | Kotler (2016) |
| | | | Kelengkapan Produk | | 11 – 12 | |
| | | Panjang Bauran | Keragaman Produk | Likert | 13 – 14 | |
| | | | Stok produk | | 15 | |
| | | Kedalaman Produk Bauran | Ukuran Produk | Likert | 16 | |
| | | | Merek | | 17 | |
| 3 | Minat Beli (Y) | Minat Transaksi | Memiliki minat membeli Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri | Likert | 18 | Adjie dan Samuel (2014) |
| | | | Rasa suka membeli Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri | | 19 | |
| | | Minat Referensi | Merekomendasikan sambal bakar teh Pitri kepada kerabat | Likert | 20 | |
| | | | Memiliki motivasi yang besar | | 21 | |
| | | Minat Preferensial | Menjadikan sambal bakar teh pitri sebagai pilihan pertama dalam membeli makanan | Likert | 22 | |

Sumber : *Layout* (Bermans Evans, 2020), Variasi Produk (Kotler, 2016), Minat beli (Adjie dan Samuel, 2014).

Tabel Lanjutan

| No | Variabel | Dimensi | Indikator | Skala | No item kuesioner | Sumber |
|----|----------------|--------------------|---|--------|-------------------|-------------------------|
| | Minat Beli (Y) | Minat Preferensial | Kepuasan dalam membeli produk Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri | Likert | 23 | Adjie dan Samuel (2014) |
| | | Minat exporatif | Mencari informasi tentang Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri | Likert | 24 – 25 | |
| | | | Merasa puas membeli produk sambal bakar teh pitri | | 26 | |

Sumber : Sumber: *Layout* (Bermans Evans, 2020), *Variasi Produk* (Kotler, 2016), *Minat beli* (Adjie dan Samuel, 2014).

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi Penelitian

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2018) definisi populasi adalah “ populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi untuk penelitian ini di ambil konsumen Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri yang telah mengunjungi Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri.

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Oleh karena jumlah pelanggan Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri yang memenuhi kriteria sehingga untuk menentukan jumlah sampel, digunakan rumus Lemeshow (Riyanto, Slamet. 2020)

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

n = Jumlah Sampel

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi = 0,5

d = Sampling Error = 10%

melalui rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8146.0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Dengan menggunakan rumus lemeshow diatas, maka nilai sampel (n) yang didapat adalah sebesar 96,04 yang dibulatkan menjadi 96 orang.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menggunakan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan menurut Sugiyono (2013:81), teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*,

jenis dari *non probability sampling* jenis sampel ini tidak di pilih secara acak. Tidak semua unsur elemen mempunyai kesempatan sama untuk bisa dipilih sampel.

Teknik *non probability sampling* yang dipilih yaitu dengan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana peneliti mengandalkan penilaian sendiri ketika memilih anggota populasi untuk berpartisipasi dalam penelelitian.

Adapun pertimbangan – pertimbangan yang harus memenuhi kriteria dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sudah pernah melakukan kunjungan di Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri.
2. Anggota populasi Konsumen Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri.
3. Audiens yang sudah mencari Informasi tentang produk Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri.

3.5 Pengumpulan Data Penelitian

3.5.1 Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu data primer dan sekunder:

a. Data primer

Pengertian data primer adalah data yang akan memberikan data kepada pengumpul data. Untuk mendapatkan hasil data primer penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan seperti wawancara dan observasi.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya, melalui orang atau dokumen , berupa data yang telah direkomendasi di perusahaan seperti sejarah singkat dan struktur organisasi perusahaan, dan laporan keuangan.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Dijelaskan oleh Noor (2011:138), yaitu tujuan dari pengumpulan data yaitu tujuan mendapatkan informasi pendukung untuk membenarkan atau tidak menyetujui hipotesis. Diantara teknik dalam pengumpulan data tersebut yaitu :

1. Studi Pustaka

Melalui kajian terhadap buku, artikel, naskah dan literatur dari media internert tentang sesuatu permasalahan.

2. Pengumpulan informasi

Pengumpulan teknik ini adalah dalam rangka menghimpun data melalui survey ke lokasi dan subjek riset dengan beberapa langkah antara lain :

1. Wawancara

Mengumpulkan data melalui tanya jawab lisan kepada yang diwawancarai, yaitu pemilik Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri.

2. Observasi

Penulis melakukan observasi langsung terhadap pelanggan atau yang sudah berkunjung pada Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri observasi metode pengumpulan data.

3. Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang menyajikan kepada responden serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Tergantung kepada kebutuhan survei. Dalam hal ini, survei disebarkan kepada responden, konsumen atau yang sudah berkunjung ke warung makan sambal teh Pitri. Survei yang di sampaikan kepada responden terdiri dari beberapa pertanyaan tentang pengaruh layout variasi produk dan minat beli. Sebagai aturan, penelitian perlu diukur sehingga atat diperlukan.

3.5.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angketatau kuesioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Menurut (Sugiyono, 2013) menyatakan bahwa “instrumen penelitian suatu alat pegumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.” Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial.

Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuesioner kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi informasi terhadap kinerja karyawan menggunakan skala likert, dengan tingkat kepuasan sebagai berikut.

Tabel 3.3
Skala Likert

| Katagori | | | Skor bobot |
|---------------------|---------------------|---------------------|------------|
| Layout | Variasi produk | Minat Beli | |
| Sangat tidak setuju | Sangat tidak setuju | Sangat tidak setuju | 1 |
| Tidak seruju | Tidak setuju | Tidak setuju | 2 |
| Cukup setuju | Cukup setuju | Cukup setuju | 3 |
| Setuju | Setuju | Setuju | 4 |
| Sangat setuju | Sangat setuju | Sangat setuju | 5 |

Sumber: diolah peneliti (2022)

Instrumen penelitian (kuesioner) yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan reliabel. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Karena validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan realibel, maka untuk itu, penulis juga akan melakukan kedua uji ini terhadap instrumen penelitian (Angket).

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji yang dimanfaatkan untuk mengukur kepastian sebuah kuesioner (Sugiyono, 2019). Dikatakan pasti atau validnya suatu kuesioner jika adanya sebuah kesetaraan antara data yang terkumpul dan data sebenarnya yang terjadi pada objek yang diteliti dengan cara korelasi. Menurut (Priyanto, 2014) mengatakan bahwa suatu data dikatakan valid jika nilai signifikansinya $>0,05$ dan jika $0,05$ maka data tersebut tidak valid dan uji validitas tidak terpenuhi.

2. Uji Reliabilitas

Menurut buku (Ghozali 2018) uji Reliabilitas atau uji kehandalan adalah uji konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan kuisisioner. Contoh kuisisioner yang telah disebar oleh peneliti kepada responden, akan tetapi responden tersebut dalam mengisi kuisisioner tidak konsisten atau asal – asalan, jawaban tersebut tidak reliabel. Maka hal tersebut biasanya diuji dengan *Cronbach Alpha* (α). Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketetapan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2016:173). Instrumen yang memiliki reliabilitas dapat digunakan untuk mengukur secara berkali – kali hingga menghasilkan data yang sama (konsisten). Menurut Sugiyono (2016:173), bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Penelitian ini menggunakan Software SPSS versi 25 bertujuan untuk menentukan reliabilitas penelitian, dengan melihat nilai *Alpha Cronbach* instrumen yang dinyatakan *reliabel* ketika nilai *Alpha Cronbach* minimal 0.6 (Sugiyono, 2018 :220)

3.6 Analisis Data

Analisis data kuantitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan data tersebut, selanjutnya dicari data lagi secara berulang – ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan

data yang terkumpul. Bila berdasarkan data yang dapat dikumpulkan secara berulang – ulang dengan teknik triangulasi, ternyata hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori (Sugiyono, 2013).

3.6.1 Rancangan Analisis

3.6.1.1 Analisis Deskriptif

Teknik rentang skala adalah data yang diperoleh semua data kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan, tetapi dengan rating-scale data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif (Sugiyono, 2018:92).

$$\text{Rentang Skala} = \frac{n(m-1)}{m}$$

Dimana :

n = jumlah sampel

m = jumlah alternative jawaban (skor = 5)

Rentang Rendah = Skor terendah x jumlah sampel

Skala tertinggi = Skor tertinggi x jumlah sampel

Hasil perhitungan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Skala tipe kriteria

Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 96 responden. Instrumen dengan skala likert pada skala terendah dengan skor 1 dan skala tertinggi dengan 5.

- b. Perhitungan skala

Skala terendah = skor terendah x jumlah sampel

$$= 1 \times 96 = 96$$

Skala tertinggi = skor tertinggi x jumlah sampel

$$= 5 \times 96 = 480$$

Sehingga dapat diketahui penelitian ini rentang skalanya adalah

$$RS \frac{N(M-1)}{M}$$

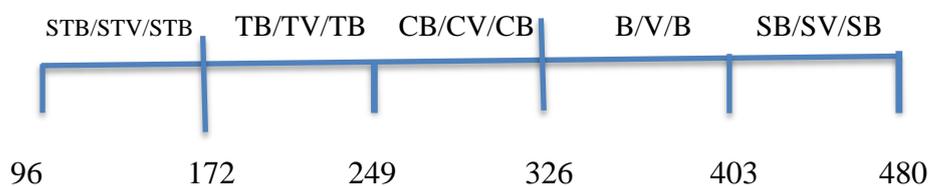
$$RS \frac{96(5-1)}{5} = 77$$

Tabel 3.4
Rentang Skala

| Skor skala | Jawaban Responden | Rentang skala | Deskripsi skor | | |
|------------|---------------------|---------------|-------------------|----------------------|-----------------------|
| | | | Layout | Variasi Produk | Mina beli |
| 1 | Sangat tidak setuju | 96,0 – 172,0 | Sangat tidak baik | Sangat tidak variasi | Sangat tidak berminat |
| 2 | Tidak setuju | 172,1 – 249,0 | Tidak baik | Tidak variasi | Tidak berminat |
| 3 | Cukup setuju | 249,1 – 326,0 | Cukup baik | Cukup variasi | Cukup berminat |
| 4 | Setuju | 326,1 – 403,0 | Baik | Bervariasi | Berminat |
| 5 | Sangat setuju | 403,1 – 480,0 | Sangat baik | Sangat variasi | Sangat berminat |

Sumber : diolah peneliti (2022)

Bedasarkan hasil perhitungan tabel 3.4 diatas maka dapat dinilai rentang skala selanjutnya dipakai untuk prediksi pengaruh *Layout* dan variasi produk terhadap minat beli Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri. Dapat dilihat rentang skala jika digambar melalui bar skala berikut ini.



Gambar 3.2
Bar Skala

Sumber : Sugiyono (2013:95)

3.6.1.2 Transformasi data

Teknik informasi yang paling sederhana adalah menggunakan metode MSI (*Method of successive interval*). Proses transformasi data ordinal menjadi interval yang dilakukan oleh peneliti dengan bantuan software MS. Excel versi 2016 dan hasil transformasi data yang terlampir.

3.6.1.3 Analisis Verifikatif

Dalam penelitian ini, analisis verifikatif dilakukan dengan maksud untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh atau besarnya pengaruh *layout* dan variasi produk terhadap minat Warung Makan Sambal Bakar Teh Pitri adapun analisis verifikatif yang dilakukan ialah dengan menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi.

3.6.1.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik regresi berganda digunakan untuk menganalisis sebuah model analisis regresi yang memenuhi syarat, jika telah memenuhi syarat maka dikatakan memadai untuk dijadikan sebagai saran untuk pengetahuan adapun pemecahan masalah praktis. (Rahmadani 2021) beberapa pengujian asumsi klasik yang penulis digunakan yaitu :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk memahami apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataupun sebaliknya. Dalam pengujian uji normalitas mempunyai dua cara dengan melalui pendekatan histogram dan pendekatan grafik. Menurut Juandi dalam (Rahmadani et al. 2021) apabila persebaran data berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah maka model regresi memenuhi syarat uji normalitas. Data dikatakan normal jika nilai signifikasinya $> 0,05$ sebaliknya jika data $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas dan jika beerbeda disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedasitas. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar yang digunakan untuk menentukan heterokedasitas antara lain:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedasitas.

3. Uji Multikolinearitas **KARAWANG**

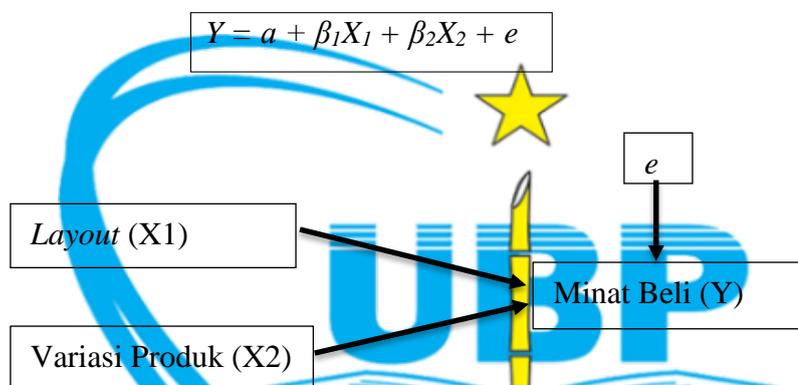
Multikolinearitas merupakan pengujian berfungsi untuk melihat adanya hubungan linier antar variabel independen yang sangat kuat ataupun mendekati dalam model regresi. (Pratama, 2021) Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadinya korelasi diantara variabel independent. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihay VIF antara variabel independen dan nilai *tolerance*. Batasan yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan $VIF > 10$

3.6.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat

(dependen), namun ada pendapat lain dari sekarang yang menyebutkan bahwa analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh simultan dari beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat yang berskala interval (Islamy, 2016). Pengukuran pengaruh ini melibatkan satu variabel bebas (X) dan Variabel (Y) maka dinamakan analisis regresi linier berganda sederhana, namun jika pengukuran pengaruh melibatkan dua atau lebih variabel bebas (X1, X2 dan seterusnya) serta variabel terikat (Y) maka dinamakan analisis linier berganda (Islamy, 2016)

Berikut adalah rumus dan gambar dari Linier berganda:



Gambar 3.3
Linier Berganda
Sumber : Olahan Peneliti 2023

Dimana :

Y = Minat Beli

X1 = Pengaruh *Layout*

X2 = Variasi Produk

β = Konstanta

β = Besaran Koefisien regresi dari masing – masing variabel

e = error

Perhitungan analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25 dalam tahapan analisis regresi berganda terlebih melakukan uji dengan menggunakan uji asumsi klasik untuk menetapkan bahwa analisis regresi linier berganda telah memenuhi syarat dalam pengujian.

3.6.1.6 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi, juga dikenal sebagai R-squared, adalah suatu teknik statistik yang digunakan untuk menentukan seberapa besar variabilitas dari variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh satu atau lebih variabel independen (X) dalam model regresi. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan membagi variansi yang dijelaskan oleh model dengan total variansi dari data.

3.6.2 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kumpulan pernyataan yang mengilustrasikan suatu hubungan antara dua variabel yang berhubungan dengan masalah tertentu dan merupakan estimasi sementara yang harus diuji kebenaran tentang dugaan dalam suatu penelitian serta memiliki manfaat agar terciptanya suatu penelitian yang efektif dan efisien. (Pratama 2021)

1. Pengaruh parsial *layout* terhadap minat beli
 - a. H₀: *Layout* tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli.
 - b. H₁: *Layout* berpengaruh secara parsial terhadap minat beli.
2. Pengaruh parsial variasi produk terhadap minat beli
 - a. H₀: Variasi produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli
 - b. H₁: Variasi produk berpengaruh secara parsial terhadap minat beli.
3. Pengaruh simultan pengaruh *layout* dan variasi produk terhadap minat beli
 - a. H₀: *Layout* dan variasi produk tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat beli.
 - b. H₁: *Layout* dan variasi produk berpengaruh secara simultan terhadap minat beli.