

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017:35) metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih variabel (variabel yang berdiri sendiri). Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel lain. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana harga pada distro Enemy, Adel the voice dan Branding jhon army di kota Bandung, bagaimana kualitas pelayanan pada distro Enemy, Adel the voice dan Branding jhon army di kota Bandung, bagaimana keputusan pembelian pada distro Enemy, Adel the voice dan Branding jhon army di kota Bandung. Sedangkan metode penelitian verifikatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan metode statistik. Metode penelitian verifikatif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro Enemy, Adel the voice dan Branding jhon army di kota Bandung.

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel terikat atau merupakan salah satu penyebab. Terdapat 2 variabel dalam penelitian ini, variabel bebas (independen) yaitu Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) dan variabel terikat (dependen) yaitu Keputusan Pembelian Konsumen.

3.2.1 Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu :

1. Variabel independen

Variabel independen yang dilambangkan dengan (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2013). Variabel independen dalam penelitian ini adalah : a. Harga (X₁) b. Kualitas Pelayanan (X₂)

2. Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel

dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabelitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2013) dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

3.2.2 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2016).

Beberapa variabel yang termasuk dalam penelitian ini antara lain :

1. Variabel Independen (Variabel bebas)

A. Variabel Harga (X_1)

Harga (price) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

B. Kualitas Pelayanan (X_2)

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.

2. Variabel Dependen (Variabel terikat)

A. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli. Indikator yang digunakan untuk variabel keputusan pembelian adalah :

- a. Keinginan untuk membeli produk.
- b. Bertindak karena keunggulan produk.
- c. Kesesuaian dengan atribut produk

3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan upaya penelitian secara rinci diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari penelitian variabel-variabel yang terkait, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian. Dalam penelitian ini, operasionalisasi variabel yang mengacu pada teori serta situasi dan kondisi pada distro enemy di kota Bandung. Penelitiannya dapat dibuat seperti tabel 3.3, yaitu:

Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel				
Harga (X1) Menurut Philip Kotler (2014:345) Harga (price) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.				
Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Pertanyaan Kuisisioner
Daftar harga	Keterjangkauan harga	Tingkat harga yang ditawarkan sangat terjangkau	Ordinal	Harga yang ditetapkan pada distro enemy, adel the voice dan branding jhon army sangat terjangkau

Diskon	Kesesuaian harga dengan kualitas	Tingkat harga yang diberikan penjual kepada konsumen sesuai dengan kualitas	Ordinal	Harga yang ditetapkan pada distro enemy, adel the voice dan branding jhon army sesuai dengan kualitas produknya
Potongan harga khusus	Daya saing harga	Tingkat potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada konsumen sangat menarik	Ordinal	Harga yang ditetapkan pada distro enemy, adel the voice dan branding jhon army mampu bersaing dengan harga distro lain
Kualitas Pelayanan (X2) Menurut Tjiptono (2014) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.				
Tangible	penampilan karyawan	tingkat kerapian penampilan karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	Karyawan distro enemy, adel the voice dan branding jhon army sangat rapih dalam melayani pelanggan
	kenyamanan tempat	tingkat kebersihan dan kenyamanan tempat dalam melakukan pelayanan	Ordinal	Tempatnya sangat bersih dan nyaman
	kedisiplinan karyawan	tingkat kedisiplinan karyawan	Ordinal	Karyawan sangat disiplin dalam melakukan pelayanan
	kemudahan dalam proses kenyamanan	tingkat kemudahan dalam proses	Ordinal	Karyawan sangat mempermudah pelanggan dalam

		pelayanan		melakukan proses pelayanan
Reliability	kecermatan karyawan	tingkat kecermatan karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	Karyawan sangat cermat dalam melayani pelanggan
	standar pelayanan jelas	tingkat standar pelayanan yang jelas	Ordinal	Perusahaan memiliki tingkat pelayanan yang jelas
	kemampuan karyawan dalam menggunakan alat bantu proses pelayanan	tingkat kemampuan dalam menggunakan alat bantu pelayanan	Ordinal	Karyawan memiliki kemampuan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
Responsiveness	merespon setiap pelanggan	tingkat kepekaan karyawan dalam merespon pelanggan	Ordinal	Karyawan distro enemy, adel the voice dan branding jhon army sangat cepat dalam merespon keluhan pelanggan
	pelayanan dengan cepat	tingkat kecepatan dalam proses pelayanan	Ordinal	Karyawan cepat dalam proses pelayanan pelanggan
	pelayanan dengan tepat	tingkat ketepatan dalam proses pelayanan pelanggan	Ordinal	Karyawan tepat dalam setiap proses pelayanan pelanggan
	semua keluhan pelanggan direspon oleh karyawan	tingkat keluhan yang direspon karyawan	Ordinal	Karyawan sangat tanggap dalam menangani keluhan dari pelanggan

Assurance	karyawan memberikan jaminan tepat waktu	tingkat jaminan yang diberikan karyawan tepat waktu dalam pelayanan	Ordinal	Jaminan waktu pelayanan pada distro enemy, adel the voice dan branding jhon army sangat memuaskan
	karyawan memberikan jaminan biaya	tingkat jaminan biaya yang diberikan karyawan dalam pelayanan	Ordinal	Jaminan biaya pembelian pada distro enemy, adel the voice dan branding jhon army sangat memuaskan
Empathy	mendahulukan kepentingan pelanggan	tingkat kepekaan karyawan dalam mengutamakan kepentingan pelanggan	Ordinal	Karyawan distro enemy, adel the voice dan branding jhon army sangat mengutamakan kepentingan pelanggan
	karyawan melayani dengan sikap ramah	tingkat sikap ramah karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	Karyawan distro enemy, adel the voice dan branding jhon army sangat ramah dalam melayani pelanggan
	karyawan melayani dengan sikap sopan santun	tingkat sikap sopan santun karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	Karyawan distro enemy, adel the voice dan branding jhon army mempunyai sikap sopan santun dalam melayani pelanggan
<p>Keputusan Pembelian (Y)</p> <p>Menurut Kotler dan Armstrong (2014:226).</p> <p>Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli.</p>				
Pilihan produk	Kemantapan pada sebuah produk	Tingkat kemantapan pada sebuah produk	Ordinal	Produk distro enemy, adel the voice dan branding jhon army mampu

				membuat pelanggan bangga saat menggunakannya
Pilihan merek	Kebiasaan dalam membeli produk	Tingkat kebiasaan dalam membeli produk	Ordinal	Saya mendahulukan produk distro enemy, adel the voice dan branding jhon army mampu menjadi prioritas pembelian dibandingkan dengan produk yang lain
Pilihan penyalur	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Tingkat pengetahuan konsumen terhadap distro	Ordinal	Saya mendahulukan memberikan rekomendasi produk enemy, adel the voice dan branding jhon army dibandingkan dengan produk yang lain

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian peneliti memaparkan jumlah populasi dan ukuran sampel pada distro enemy, adel the voice dan branding jhon army di kota Bandung :

3.4.1 Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian

(Ferdinand, 2013). Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk baju pada distro enemy, adel the voice dan branding jhon army di kota Bandung.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2013). Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, maka peneliti membentuk perwakilan populasi yang disebut sampel. Sehingga peneliti tidak meneliti secara keseluruhan dari pembeli dan pengguna produk baju merek enemy, adel the voice dan branding jhon army melainkan cukup dengan mengambil sampel dari para pembeli dan pengguna produk baju merek enemy, adel the voice dan branding jhon army di Bandung yang jumlahnya belum diketahui. Karena populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak diketahui jumlah pastinya, maka diambil beberapa sampel untuk mewakili populasi tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, diperoleh jumlah populasinya 46.500 dari pengunjung yang datang ke Plaza Parahiyangan selama sebulan. Teknik pengambilan sampel dengan *Simple Random Sampling* dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata atau tingkatan sosial, ekonomi, pendidikan, atau hal-hal lain, dan cenderung bersifat deskriptif atau umum.

Untuk menentukan jumlah besaran sampel dalam *Simple Random Sampling*, maka digunakan rumus Slovin, Riduwan kuncoro (2013 : p210).

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

Keterangan :

- n = Jumlah Sampel
 N = Jumlah Populasi
 e = Tingkat Kesalahan

Jumlah Populasi 46.500, dan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10%, maka jumlah sampel yang digunakan adalah :

$$n = \frac{46.500}{(1+46.500 \times 0,1^2)} = 99,78$$

Maka dari hasil rumus slovin tersebut sebesar 99,78 dibulatkan menjadi 100 responden sebagai sampel penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara (Sugiyono,2013:401).

Penulis mengumpulkan data dari berbagai sumber baik primer maupun sekunder. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Studi lapangan

Yaitu mencari dan memperoleh data dari perusahaan dan para konsumen sebagai responden yang penulis teliti. Untuk jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer bersumber dari perusahaan itu sendiri,

sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

A. Data primer

Pengumpulan sumber data primer dilakukan dengan melakukan survey langsung ke Distro Enemy, Adel the voice dan Branding jhon army Bandung sebagai tempat objek penelitian. Tujuan penelitian lapangan ini adalah untuk memperoleh data yang akurat. Adapun data yang diperoleh dengan meliputi:

a. Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti di distro enemy, adel the voice dan branding jhon army Bandung guna mengetahui permasalahan yang sebenarnya.

b. Wawancara

Penulis berkomunikasi secara langsung atau tanya jawab dengan konsumen untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan mengenai objek yang dijadikan permasalahan pada penelitian.

c. Kuesioner

Penulis memberikan formulir yang berisi pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada responden untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan agar mendapatkan informasi objek yang dijadikan permasalahan pada penelitian.

B. Data Sekunder

Data ini merupakan pendukung yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder dapat diperoleh dari:

- a. Sejarah, litelatur dan profil Distro Enemy, Adel the voice dan Branding jhon army Bandung.
- b. Data Pendapatan Distro Enemy, Adel the voice dan Branding jhon army Bandung.
- c. Buku-buku yang berhubungan dengan variabel penelitian.
- d. Jurnal dan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan topik permasalahan yang diteliti.
- e. Sumber internet atau website yang berhubungan dengan objek yang diteliti.

2. Penelitian kepustakaan

Yaitu suatu penelitian terhadap data dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berhubungan dan sesuai dengan pembahasan skripsi. Dengan teknik ini akan memberi kemudahan peneliti untuk mendapatkan data.

3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca, dipahami dan di interprestasikan. Data yang akan dianalisis merupakan data hasil pendekatan survei penelitian dari penelitian lapangan dan kepustakaan.

3.6.1 Metode Analisis yang digunakan

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Pengolahan data dilakukan dengan cara data yang telah dikumpulkan, diolah, dan disajikan dalam bentuk tabel. Menurut Sugiyono (2013:122) berpendapat bahwa skala *Likert* mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif. Dengan demikian, penulis membuat pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh data atau keterangan dari responden yang merupakan karyawan dari distro enemy Bandung. Kemudian data yang diolah dari hasil pengumpulan kuesioner diberi bobot dalam setiap alternatif jawaban. Untuk pengolahan data hasil dari kuesioner tersebut maka penulis menggunakan metode skala *likert*, nilai dalam skala *likert* dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang menggunakan skala *likert* dan mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Dimana alternatif jawaban diberikan nilai 5, selanjutnya nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan menjadi lima kategori pembobotan dalam skala *Likert* sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala *Likert*

Skala	Keterangan	Pernyataan Postitif
1	Sangat Baik	5
2	Baik	4
3	Cukup Baik	3
4	Tidak Baik	2
5	Sangat Tidak Baik	1

Sumber: Sugiyono (2013)

Mengacu pada ketentuan tersebut, maka setelah memperoleh data kuesioner tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan statistik maka dapat

diketahui bobot nilai dari setiap item-item pertanyaan yang diajukan oleh penulis. Setelah itu, jawaban dari responden dapat dihitung untuk mengetahui hubungan antara variabel yang diteliti, tingkat pengaruh dari setiap variabel yang diteliti, dan selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel dan hasilnya pun harus seimbang dengan variabel yang sudah dibuat. Maka dari itu perlu adanya perbaikan dan ketelitian dalam pembuatan kuesioner agar hasil yang didapatkan oleh responden valid atau sesuai dengan ketentuan yang terjadi.

3.6.2 Analisis Deskriptif

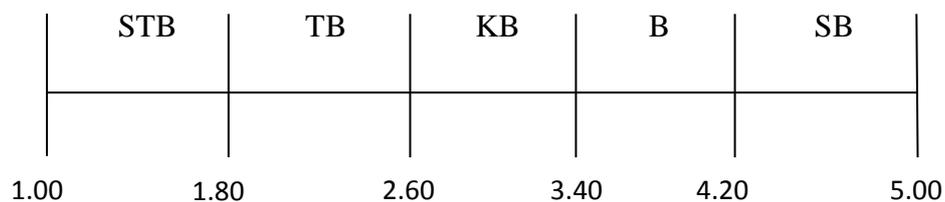
Analisis Deskriptif yaitu metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai masalah situasi dan kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Menurut Sugiyono (2013:53) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (Independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Variabel penelitian ini yaitu harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. Lalu selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Untuk mendeskripsikan data pada setiap variabel penilaian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (sekor) variabel penelitian masuk dalam katagori : Sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk skor rata-rata

maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pernyataan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas berikut rumusnya :

$$\text{Skor Rata - rata} = \frac{\Sigma \text{Jawaban kuesioner}}{\Sigma \text{Pernyataan} \times \Sigma \text{Responden}}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorik pada retang skor sebagai berikut ini:

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Sumber : Sugiyono (2017)

$$r = \frac{ST - SR}{K}$$

Dimana:

R = Rentang/skala

ST = Skor jawaban tertinggi

SR = Skor jawaban terendah

K = Kategori

3.6.3 Analisis Verifikatif

Analisis Verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sigiyono, 2013:55). Metode ini digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Berikut ini merupakan beberapa pengujian yang akan digunakan dalam analisis verifikatif.

3.6.3.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2013:24). Validitas sebagai salah satu derajat ketepatan atau keandalan pengukuran instrumen mengenai isi pertanyaan. Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *Product Moment*. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item, jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika negatif maka item tersebut tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuesioner atau diganti dengan pernyataan perbaikan. Perlu adanya ketelitian saat menggunakan kuesioner agar hasil yang didapatkan valid sesuai dengan kriteria kuesioner. Cara mencari nilai korelasi adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\Sigma X_1 Y_1) - (\Sigma X_1)(\Sigma Y_1)}{\sqrt{[n(\Sigma X_1^2) - (\Sigma X_1)^2][n(\Sigma Y_1^2) - (\Sigma Y_1)^2]}}$$

Sumber: Sugiyono (2013:248)

Dimana:

- r = koefisien korelasi
 n = jumlah sampel
 X = skor per item
 Y = skor total untuk setiap item

Setelah angka korelasi diketahui, kemudian dihitung nilai t dari r dengan

rumus :

$$r = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Setelah itu, dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila thitung > ttabel, berarti data tersebut signifikan dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Sebaliknya bila thitung < ttabel, berarti data tersebut tidak signifikan dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Pernyataan-pernyataan yang signifikan atau valid selanjutnya dilakukan uji reliabilitasnya.

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2013) dan jika koefisien korelasi Product Moment > r tabel. Oleh karena itu, semua pertanyaan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.6.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono,2013:27). Untuk uji reabilitas digunakan metode teknik perhitungan reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *Internal Consistency Reliability* dengan menggunakan koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach (α)*, hal ini

sesuai dengan tujuan test yang bermaksud menguji konsistensi item-item dalam instrumen penelitian. Menghitung nilai reliabilitas digunakan rumus sebagai berikut :

$$R = a = \frac{n}{n-1} \left(\frac{S - \sum Si}{S} \right)$$

Keterangan :

R = Koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

n = Jumlah item

S = Varians skor keseluruhan

Si = Varians masing-masing item.

Metode alpha cronbach (α) diukur berdasarkan skala alpha cronbach (α) dari 0,00 sampai 1,00. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan range yang sama, ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai alpha cronbach 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
2. Nilai alpha cronbach 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
3. Nilai alpha cronbach 0,42 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
4. Nilai alpha cronbach 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
5. Nilai alpha cronbach 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

Apabila nilai alpha 0,7 atau lebih maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, sebaliknya apabila nilai alpha dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel. Sebelum uji reliabilitas terlebih dahulu dicari korelasinya dengan rumus :

$$r = \frac{n\Sigma AB - (\Sigma A)(\Sigma B)}{\sqrt{[n\Sigma A^2 - (\Sigma A)^2][n\Sigma B^2 - (\Sigma B)^2]}}$$

Sumber: Sugiyono (2013:186)

Dimana :

r = Koefisien korelasi product moment

A = Variabel ganjil

B = Variabel genap

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

Koefisien korelasinya dimasukkan ke dalam rumus Spearman Brown. Adapun rumus Spearman Brown yaitu sebagai berikut :

$$r = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Sumber : Sugiyono (2013:186)

Dimana :

r = Nilai reliabilitas

r_b = Korelasi product moment antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Bila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

3.6.3.3 Method Of Successive Interval (MSI)

Analisis Method Of Successive Interval (MSI) digunakan untuk mengubah data berskala ordinal menjadi skala interval. MSI menurut Sugiono (2013:25). Langkah-langkah dilakukan MSI sebagai berikut:

1. Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebar.
2. Pada setiap butir ditentukan beberapa orang yang mendapatkan skor 1,2,3,4,5 dan dinyatakan dalam frekuensi.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.
4. Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan jaan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor.
5. Gunakan tabel distribusi normal, dihitung nilai Z untuk tiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
6. Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap Z yang diperoleh (dengan menggunakan tabel tinggi densitas).
7. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus z :

$$\frac{SV - (\text{Kepadatan batas bawah}) - (\text{Kepadatan batas atas})}{(\text{Daerah dibawah batas atas}) - (\text{Daerah dibawah batas Bawah})}$$

3.6.3.4 Analisis Korelasi Berganda

Analisis koefisien korelasi berganda untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan seberapa kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Analisis koefisien korelasi berganda digunakan setelah menghitung regresi linear berganda untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X1 (Harga) dan

X2 (Kualitas Pelayanan) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian) secara bersamaan. Untuk memahami bagaimana menerapkan korelasi berganda pada penelitian, berikut ini adalah rumus koefisien korelasi berganda :

$$r = \frac{\beta_1 \Sigma X_1 Z + \beta_2 \Sigma X_2 Z + \beta_1 \Sigma Y}{\Sigma Y^2}$$

Keterangan :

RX1X2Y = Korelasi berganda antara variabel X1 dan X2 dengan Y

X1 = Variabel X1 (Harga)

X2 = Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)

Y = Variabel Y (Keputusan Pembelian)

β_1, β_2 = Koefisien regresi masing-masing variable

Nilai koefisien korelasi menurut Husein Umar (2009:134) berkisar antara -1 dan +1 yang kriteria pemanfaatannya dijelaskan sebagai berikut :

1. Jika nilai $r = +1$, hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif sempurna antara variabel X dan variabel Y.
2. Jika nilai $r = -1$, hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif sempurna antara variabel X dan variabel Y.
3. Jika nilai $r = 0$, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antara variabel X dan variabel Y.

Kemudian nilai r yang diperoleh tersebut dibandingkan dengan kriteria angka korelasi untuk menentukan kuat atau lemahnya kedua variabel. Kriteria untuk menentukan korelasi tersebut dapat dilihat pada tabel ini :

Tabel 3.3
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013:250)

3.6.3.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Penggunaan ini menggunakan analisis regresi berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumusan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

a = Bilangan konstanta

$b_1 b_2$ = Koefisien arah garis

X_1 = Variabel bebas (harga)

X_2 = Variabel bebas (kualitas pelayanan)

Nilai a , b_1 dan b_2 dapat menggunakan rumusan sebagai berikut :

$$\Sigma Y = an + b_1 \Sigma X_1 + b_2 \Sigma X_2$$

$$\Sigma X_1 Y = a \Sigma X_1 + b_1 \Sigma X_1 + b_2 \Sigma X_1 X_2$$

$$\Sigma X_2 Y = a \Sigma X_2 + b_1 \Sigma X_1 X_2 + b_2 \Sigma X_2$$

Setelah a , b_1 dan b_2 didapat, maka akan diperoleh persamaan Y

3.6.3.6 Uji Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi. Menurut Sugiyono (2013:98), rumus untuk menghitung koefisien determinasi yaitu:

$$K_d = (R^2) \times 100\%$$

Dimana : $0 \leq r^2 \leq 1$

K_d = Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Distro ENEMY FIGHTWEAR, ADEL THE VOICE dan BRANDING JHON ARMY Store yang berlokasi di Parahiyangan Plaza Bandung. Waktu penelitian pada bulan Oktober 2017 sampai selesai.

3.8 Rancangan Kuesioner

Instrumen dalam penelitian yang digunakan adalah kuesioner, dimana bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, pernyataan yang

dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dengan diberi jawaban terhadap beberapa alternatif atau hanya satu jawaban saja. Hasil angket/kuesioner dapat dilihat dilampiran.