

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah (didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis), data, tujuan, dan kegunaan (Sugiyono, 2016:24). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai mana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. (Sugiyono, 2016:238). Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen mengenai Harga, Kualitas Produk dan Keputusan pembelian Konsumen Hisana Fried Chicken pada konsumen Hisana cabang Sarirasa Bandung.

Sedangkan metode penelitian verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Metode ini pada dasarnya menguji hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data dilapangan (Sugiyono, 2013:35). Dalam penelitian, pendekatan verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Keputusan pembelian Konsumen Hisana Fried Chicken pada konsumen Hisana cabang Sarirasa Bandung.

3.2. Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Bagian ini akan menjelaskan mengenai definisi dan ukuran yang digunakan untuk setiap variabel baik variabel independen dan dependen disertai dengan pengukuran dari variabel tersebut untuk kemudian dioperasionalkan.

3.2.1. Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2016:96) definisi variabel penelitian adalah : “Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu independen dan dependen. Variabel independen dalam penelitian ini ada dua, yaitu harga dan kualitas produk. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian. Maka definisi dari setiap variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2016: 96) variabel Independen adalah: “Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).” Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel Independen yang diteliti, yaitu:

a. Harga (X_1)

Harga adalah nilai dari suatu produk dalam bentuk uang yang harus dikorbankan atau dikeluarkan oleh konsumen guna mendapatkan produk yang diinginkan, sedangkan bagi produsen atau pedagang harga dapat menghasilkan pendapatan atau sebagai pemasukan bagi produsen tersebut.

b. Kualitas Produk (X_2)

kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan dengan memberikan nilai dan kualitas yang lebih tinggi.

2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2016: 97) variabel dependen adalah: “Variabel yang sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang akan membuat konsumen secara aktual mempertimbangkan segala sesuatu dan pada akhirnya konsumen membeli produk yang paling mereka sukai.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel digunakan untuk menjabarkan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami

dalamoperasionalisasi variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Untuk mengetahui lebih jelas, maka dapat dilihat pada Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
<p>Harga (X₁)</p> <p>Nilai dari suatu produk dalam bentuk uang yang harus dikorbankan atau dikeluarkan oleh konsumen guna mendapatkan produk yang diinginkan, sedangkan bagi produsen atau pedagang harga dapat menghasilkan pendapatan atau sebagai pemasukan bagi produsen tersebut.</p>	<p>Kotler dan Armstrong dialihbahasakan Alexander Sindoro dan Benyamin Molan (2012: 318)</p> <p>Keterjangkauan harga</p>	<p>Harga terjangkau oleh daya beli atau kemampuan konsumen</p>	<p>Kesesuaian harga produk ayam Hisana dengan daya beli atau kemampuan konsumen</p>	Ordinal	1
	<p>Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p>	<p>Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p>	<p>Kesesuaian harga dengan kualitas produk ayam goreng Hisana</p>	Ordinal	2
	<p>Kesesuaian harga dengan manfaat</p>	<p>Kesesuaian harga dengan manfaat</p>	<p>Kesesuaian harga dengan manfaat produk ayam goreng Hisana</p>	Ordinal	3
	<p>Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga</p>	<p>Harga bersaing dengan produk sejenis</p>	<p>Tingkat harga produk ayam goreng Hisana dan produk sejenis</p>	Ordinal	4
<p>Kualitas Produk (X₂)</p> <p>kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan dengan memberikan nilai dan kualitas yang lebih tinggi.</p>	<p>David Garvin dalam FandyTjiptono (2016: 134)</p> <p><i>Performance</i> (Kinerja)</p>	<p>Kualitas produk</p>	<p>Tanggapan konsumen mengenai kualitas produk ayam goreng Hisana</p>	Ordinal	5
	<p><i>Features</i> (Fitur atau ciri-ciri tambahan)</p>	<p>Karakteristik dan keragaman pilihan tipe produk</p>	<p>Tanggapan konsumen mengenai karakteristik dan keragaman produk ayam goreng Hisana</p>	Ordinal	6

	<i>Conformance to Specification</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)	Kesesuaian dengan spesifikasi	Kesesuaian spesifikasi ayam goreng Hisana	Ordinal	7
	Reliability (Reliabilitas)	Kehandalan Produk	Tanggapan konsumen mengenai kehandalan produk ayam goreng Hisana	Ordinal	8
	Esthetic (estetika)	Estetika produk	Tingkat estetika/ keindahan dalam kemasan produk ayam goreng Hisana	Ordinal	9
	<i>Perceived Quality</i> (kesan kualitas)	Kualitas atau keunggulan suatu produk	Kualitas atau keunggulan produk ayam goreng Hisana	Ordinal	10
<p>Keputusan Pembelian (Y)</p> <p>Merupakan suatu keputusan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang akan membuat konsumen secara aktual mempertimbangkan segala sesuatu, dan pada akhirnya konsumen membeli produk yang paling mereka sukai</p>	Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Tjiptono (2012:184)	Kebutuhan produk	Tingkat kebutuhan konsumen terhadap produk	Ordinal	11
	Pemilihan produk	Pemilihan produk	Tingkat pemilihan produk	Ordinal	12
	Pemilihan merek	Loyalitas merek	Tingkat loyalitas terhadap merek produk	Ordinal	13
	Pemilihan penyalur	Memilih lokasi yang mudah dijangkau	Tingkat pembelian produk berdasarkan lokasi yang mudah dijangkau	Ordinal	14
		Penyaluran harga yang lebih murah	Tingkat pembelian berdasarkan harga yang lebih murah	Ordinal	15
	Waktu pembelian	Waktu pembelian	Tingkat waktu pembelian yang dilakukan	Ordinal	16
		Frekuensi pembelian	Tingkat frekuensi pembelian	Ordinal	17
	Jumlah pembelian	Banyak pembelian	Tingkat banyaknya produk yang dibeli	Ordinal	18

		Keinginan pembelian	Tingkat keinginan pembelian produk	Ordinal	19
	Metode pembayaran	Kemudahan pembayaran	Tingkat kemudahan melakukan pembayaran	Ordinal	20
		Teknologi yang digunakan	Tingkat teknologi yang digunakan dalam melakukan pembayaran	Ordinal	21

Sumber : Pengolahan Data Penulis, 2018

3.3 Populasi dan Sample

Setiap penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi peneliti dapat melakukan pengolahan data. Demi mempermudah penelitian ada yang disebut dengan sampel, yaitu bagian dari populasi. Sampel sangat membantu peneliti, karena peneliti tidak perlu meneliti secara keseluruhan pengunjung cukup hanya sebagian pengunjung saja.

3.3.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:148), definisi populasi adalah sebagai berikut :
 “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen waralaba Hisana.

Tabel 3.2
Jumlah Konsumen Hisana Fried Chicken
Bulan Oktober 2016-Juni 2017

Bulan	Konsumen
Oktober	2.112
November	2.315
Desember	3.228
Januari	1.617
Februari	1.921
Maret	1.128
April	1.151
Mei	1.349
Juni	1.345
Total	16.166

Sumber : Kepala Cabang Hisana Bandung Barat

3.3.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:149) pengertian sampel adalah: “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen gerai Hisana. Populasi tersebut memiliki jumlah yang besar, sehingga peneliti menggunakan sampel dari populasi tersebut. Sampel dilakukan karena keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi dana, waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi, dan jumlah sampel harus *representative*. Anggota sampel yang tepat digunakan menurut (Sugiyono: 2016 : 158) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka semakin kecil peluang kesalahan, begitupun sebaliknya. Dalam penelitian ini, peneliti mempersempit populasi dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa di tolelir; $e = 0,1$

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 16.166 responden. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{16.166}{1 + 16.166 (0.1)^2} \\ &= \frac{16.166}{162} \\ &= 99 \sim 100 \text{ orang} \end{aligned}$$

Jadi, dapat disimpulkan sampel pada penelitian ini menggunakan 100 orang responden dengan tingkat kesalahan 10%.

3.3.3. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2016:150) teknik sampling adalah “Teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.” Dalam penelitian ini metode *sampling* yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode

non probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental, dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data Sugiyono (2016:156).

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden penelitian. Peneliti tidak perlu memberikan instruksi secara langsung kepada responden penelitian, karena pada kuesioner telah dicantumkan penjelasan bagaimana cara pengisian kuesioner, sehingga diasumsikan bahwa responden penelitian dapat memahami cara pengisian kuesioner yang benar. Selain itu, untuk mendapatkan data yang diperlukan guna menunjang penelitian maka dibutuhkan beberapa teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini dapat dikumpulkan teknik-teknik sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari :

a. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak perusahaan PT Selahonje Jaya Abadi dengan tujuan memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

b. Kuesioner

Kuesioner ini akan dibagikan kepada responden dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti secara berstruktur yang dianggap perlu. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Hisana cabang Sarirasa Bandung yang dijadikan sampel dalam penelitian dan hasilnya akan dianalisis dengan menggunakan analisis statistik.

2. Studi kepustakaan (*library research*)

Dengan studi kepustakaan peneliti berusaha untuk memperoleh berbagai informasi sebanyak-banyaknya untuk dijadikan sebagai dasar teori dan acuan dalam mengolah data, dengan cara membaca, mempelajari, menelaah dan mengkaji literatur-literatur berupa buku-buku, jurnal, makalah, dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Peneliti juga berusaha mengumpulkan, mempelajari, dan menelaah data-data sekunder yang berhubungan dengan objek yang akan penulis teliti.

3.5 Metode Analisis yang digunakan

Dalam penelitian ini metode analisis data yang akan dipakai oleh peneliti adalah metode kuantitatif. Karena metode ini sudah cukup lama digunakan

sehingga sudah menjadi tradisi sebagai metode yang digunakan untuk melakukan penelitian. Metode kuantitatif disebut juga sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafah positivism. Digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan oleh peneliti. Sugiyono (2016 : 80).

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sugiyono (2016:202) mengemukakan bahwa: “Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Untuk menguji validitas pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Jika koefisien korelasinya sama atau di atas 0,30 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya kurang dari 0,30 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus *Pearson Product Moment* berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\}\{n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Sumber : Sugiyono (2016:241)

Keterangan :

r = Koefisien korelasi product moment

n = Jumlah Sample

Σx_i = Jumlah skor suatu item

Σx_{tot} = Jumlah total jawaban

Σxi^2 = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

Σx^2_{tot} = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\Sigma x_i x_{tot}$ = Jumlah perkalian skor jawaban dengan total skor

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. (Juliansyah Noor 2012:30). Uji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *Alpha Cronbach*. *Alpha cronbach* adalah rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas ukuran. Rumus reliabilitas *Cronbach alpha* adalah sebagai berikut.

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

$$\sigma^2 = \frac{\Sigma \sigma^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\Sigma\sigma^2$ = Jumlah butir pertanyaan

σ_1^2 = Varians total

Menentukan reliabilitas dari alat ukur dapat dilihat dari nilai alfa jika nilai alfa lebih besar dari nilai *r* tabel, skala dikelompok ke dalam lima kelas dengan reange yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat di interprestasikan sebagai berikut :

1. Nilai *alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliable
2. Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliable
3. Nilai *alpha Cronbach* 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliable
4. Nilai *alpha Cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliable
5. Nilai *alpha Cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliable

(Juliansyah Noor, 2012 : 165)

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap butir pernyataan yang termasuk dalam kategori *valid*. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menguji coba instrument sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*.

3.6. Metode Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Pertama

peneliti melakukan pengumpulan data, kemudian ditentukan alat untuk memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diteliti. Alat yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial.

Dalam skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif. Seperti tertera pada tabel yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	KS (Kurang Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : Sugiyono (2016:137)

Pada Tabel 3.3 dapat dilihat bahwa jawaban dan bobot skor untuk item item instrument pada pertanyaan dalam kuesioner. Bobot skor ini hanya memudahkan saja bagi responden dalam menjawab pertanyaan dari kuesioner.

3.6.1 *Method of Succeshive Interval (MSI)*

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuisisioner, dimana yang asalnya Ordinal dirubah menjadi Skala Interval, karena dalam penggunaan analisis linier berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan Skala

Interval. Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode tersebut, untuk data yang berskala ordinal perlu di rubah menjadi interval dengan teknik *Succesive Interval Method*. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Tentukan dengan tegas (variabel) sikap apa yang akan diukur.
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut sebagai proporsi.
4. Menentukan poporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (scale Value / SV).

Menentukan nilai transformasi:

$$SV = \frac{\text{Density of lower limit} - \text{Density of upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area under lower limit}}$$

Menentukan nilai transformasi :

$$Y = SV + (K)$$

Dimana : $K = I + SV \text{ min}$

Method of Succesive Interval (MSI) digunakan dalam penelitian ini untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal ke dalam skala interval. Penulis menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program *SPSS for windows*.

3.6.2. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian, penulis menggunakan Analisis Deskriptif atas Variabel Independen dan Dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Tahap analisis dilakukan sampai pada *scoring* dan indeks, dimana skor merupakan jumlah dari hasil perkalian setiap bobot nilai (1 sampai 5) frekuensi. Pada tahap selanjutnya indeks dihitung dengan metode *mean*, yaitu membagi total skor dengan jumlah responden. Angka indeks tersebut yang menunjukkan kesatuan tanggapan seluruh responden sebagai variabel penelitian.

Nilai Tertinggi = 1 Nilai Terendah = 5

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}}$$

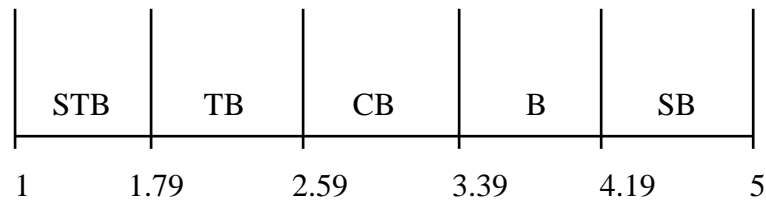
$$= \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Sumber : Husein Umar (2011:98)

Setelah diketahui skor rata – rata, maka hasil tersebut dimasukan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata – rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor. Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,79 : Sangat Tidak Baik
2. Jika memiliki kesesuaian 1,80 – 2,59 : Tidak Baik
3. Jika memiliki kesesuaian 2,60 – 3,39 : Cukup Baik
4. Jika memiliki kesesuaian 3,40 – 4,19 : Baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4,20 – 5,00 : Sangat Baik

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1

Garis Kontinum

Sumber: Husein umar (2011;98)

3.6.3. Analisis Verifikatif

Penelitian Verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji Hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang akan digunakan seperti Analisis Regresi Linier Berganda, Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi berikut adalah penjelasannya.

3.6.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengaruh harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (*buying decision*)

a = Bilangan konstanta

b_1 = Koefisien regresi brand personality

b_2 = Koefisien regresi emotional value

X_1 = Variabel bebas (Keragaman Produk)

X_2 = Variabel bebas (Harga)

Untuk mendapatkan nilai a , b_1 dan b_2 , dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

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

3.6.3.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel tak terikat dan variabel terikat secara bersamaan. Adapun rumus statistiknya yang penulis sajikan sebagai berikut.

$$R = \sqrt{\frac{JK_{reg}}{JK_{Total}}}$$

Keterangan : R = Koefisien korelasi ganda

JK_{Reg} = Jumlah kuadrat

JK_{total} = Jumlah kuadrat total dikorelasikan.

Untuk mencari JK_{Reg} dihitung dengan menggunakan rumus :

$$JK_{Reg} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

Dimana :

$$\sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{N}$$

$$\sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{N}$$

Mencari $\sum Y^2$ menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}$$

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ yaitu:

- $R = -1$, berarti terdapat pengaruh linear negatif antara X dan Y sempurna negatif
- $R = 0$, berarti tidak terdapat pengaruh linear
- $R = 1$, berarti ada pengaruh linear antara X dan Y. Sempurna positif.

(Sugiyono, 2012:182)

Interprestasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variabel – variabel tidak bebas, digunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2016) seperti tertera pada Tabel 3.4 yang penulis sajikan sebagai berikut.

Tabel 3.4
Taksiran Besarnya 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 (2016)

3.6.3.3 Uji Hipotesis Simultan dan Parsial

Pengujian hipotesis yang di maksud dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk (X2) dan harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) baik secara Simultan maupun Parsial. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Uji hipotesis ini dirumuskan dengan Hipotesis nol (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_a), rumus Hipotesisnya sebagai berikut.

1. Uji F (Uji Simultan)

Uji F (Simultan) digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan secara keseluruhan yaitu melalui variabel independent terhadap variabel dependent.

1. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel X1 dan X2 terhadap Y

2. $H_a : \beta_1 \text{ \& } \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X1 dan X2 terhadap Y

Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu $\alpha = 0,5$. Nilai Fhitung dicari dengan rumus :

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)(n - K - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel independent

n = Jumlah anggota sampel

Selanjutnya hasil hipotesis T_{hitung} dibandingkan dengan T_{tabel} dengan ketentuan, sebagai berikut :

Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

2. Uji T (Parsial)

Uji T (Parsial) diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel independent yang satu dengan variabel dependent, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji T dilaksanakan dengan membandingkan nilai T_{tabel} nilai T_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coefficient*. Berikut ini adalah langkah – langkah dengan menggunakan uji T :

- a. Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a):
 $H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh antara variabel Harga terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh antara variabel Harga terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_0 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh antara variabel Kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Taraf nyata yang digunakan adalah $\alpha = 0,5$

Nilai t_{hitung} dicari dengan rumus :

$$t = \frac{b}{se}$$

Keterangan : b = Koefisien regresi

se = Standar error

$t = t_{hitung}$ yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

Selanjutnya, nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dan ketentuannya, sebagai berikut :

Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

3.6.3.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel X_1, X_2 , (Variabel Independen) terhadap variabel Y (Variabel Dependen). Untuk melihat berapa besar pengaruh variabel X_1, X_2 , terhadap Y, biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%). Berikut rumus Koefisien Determinasi, sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi (Seberapa besar perubahan variabel Y yang dipengaruhi oleh variabel X)

R^2 = Besarnya Koefisien Korelasi Ganda

Kriteria untuk analisis Koefisien Determinasi yang penulis sajikan pada halaman selanjutnya :

- a. Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel *Independent* terhadap *dependent* lemah.
- b. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel *independent* terhadap *dependent* kuat.

3.6.3.5 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien Determinasi Parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh secara parsial per sub variabel harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y), maka dapat diketahui dengan cara mengkalikan nilai *standardized coefficients beta* dengan *correlations (zero order)*, yang mengacu pada hasil perhitungan dengan menggunakan *software SPSS for window*. Rumus Koefisien Determinasi yang dikemukakan oleh Gujarati (2006:172) adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

β = Beta (*nilai standardized coefficients*)

Zero order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

$K_d = 0$, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah.

$K_d = 1$, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat.

3.7. Rancangan Kuisisioner

Kuisisioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuisisioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuisisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kergaman produk, harga terhadap keputusan pembelian yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.

3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada bulan Maret sampai dengan selesai dan lokasi penelitian adalah di gerai Hisana, Jalan Sarirasa Bandung.