

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat didalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Menurut Sugiyono (2016:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2016:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan.

Sedangkan penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2016:11) adalah suatu penelitian yang ditunjukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Metode deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji:

1. Bagaimana Tanggapan konsumen mengenai kualitas produk di distro Screamous.

2. Bagaimana Tanggapan konsumen mengenai promosi penjualan di distro Screamous.
3. Bagaimana Tanggapan keputusan pembelian terhadap produk di distro Screamous.

Metode verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen di Distro Screamous.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan aspek yang paling penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel peneliti dapat melakukan pengolahan data yang bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian. Variabel-variabel tersebut kemudian di operasionalisasikan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian adalah akan diuraikan dalam paragraf setelahnya sebagai berikut.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variable penelitian merupakan sesuatu yang dipelajari oleh peneliti untuk mendapat informasi sebagai upaya untuk memberikan solusi pada permasalahan. Variable penelitian menurut Sugiyono (2016:61) 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. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*).

Berikut penjelasan kedua variabel tersebut :

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (*independent*). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian yang disimbolkan dalam huruf (Y).

2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel Independen atau bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (*dependent*). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel independennya adalah Kualitas Produk (X1), dan Promosi Penjualan (X2).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan indikator yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang pertama yaitu (X1) adalah kualitas produk. Variabel bebas yang kedua yaitu (X2) adalah promosi penjualan. Kemudian satu-satunya variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala dimana variabel penelitian akan diukur

dengan skala ordinal. Operasionalisasi variabel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Produk (X1) <i>Product quality is the ability of a product to demonstrate its function, it includes overall durability, reliability, accuracy, ease of operation, and product repairs, as well as other product attributes</i> Kotler dan Armstrong (2012 : 283)	Bentuk (<i>form</i>)	a. Ukuran produk b. Daya tarik Motif produk c. Daya tarik Model produk	a. Tingkat ukuran produk b. Tingkat motif produk c. Tingkat model produk	Ordinal
	Fitur (<i>feature</i>)	a. Daya tarik yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk	a. Tingkat daya tarik yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk	Ordinal
	Kualitas kinerja (<i>Performance Quality</i>)	a. Material utama produk screamous	a. Tingkat kekuatan material utama produk screamous	Ordinal
	Kesan kualitas (<i>Perceived quality</i>)	a. Bersifat subyektif berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk screamous	a. Tingkat Kebanggaan menggunakan produk screamous	Ordinal
	Ketahanan	a. Daya tarik	a. Tingkat daya	Ordinal

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
	<i>(Durability)</i>	Ketahanan produk screamous	tarik ketahanan produk screamous	
	Keandalan <i>(Realibity)</i>	a. Daya tarik Kenyamanan menggunakan produk screamous	a. Tingkat daya tarik kenyamanan menggunakan produk screamous	Ordinal
	Kemudahan perbaikan <i>(Repairability)</i>	a. Daya tarik pemberian garansi di setiap produk screamous	a. Tingkat daya tarik pemberian garansi produk screamous	Ordinal
	Gaya <i>(style)</i>	a. Daya tarik penampilan produk yang dirasakan pembeli	a. Tingkat daya tarik penampilan produk yang dirasakan pembeli	Ordinal
	Desain <i>(Design)</i>	a. Daya tarik desain produk screamous berdasarkan kebutuhan konsumen	a. Tingkat daya tarik desain produk screamous berdasarkan kebutuhan konsumen	Ordinal
Promosi Penjualan (X2) “Promosi Penjualan (sales Promotion) promosi penjualan adalah bahan inti dalam kampanye pemasaran, terdiri dari koleksi alat insentif, sebagian besar berjangka pendek, yang	Sampel	a. Penyediaan informasi mengenai produk terbaru screamous yang akan di keluarkan.	a. Tingkat kelengkapan informasi mengenai produk terbaru screamous	Ordinal

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
dirancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat atau lebih besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau perdagangan. Kotler dan Keller (2016 : 219) dialih bahasakan oleh Bob Sabran.	Kupon	a. daya Tarik pemberian voucher.	a. Tingkat daya Tarik pemberian voucher.	Ordinal
	Penghargaan Patronage	a. Daya Tarik Pemberian berupa penghargaan pada konsumen yang membeli produk screamous lebih dari nominal yang ditentukan	a. Tingkat Daya Tarik Pemberian berupa penghargaan pada konsumen yang membeli produk screamous lebih dari nominal yang ditentukan	Ordinal
	Diskon	a. Daya tarik Screamous mengadakan diskon ketika event-event tertentu	a. Tingkat pemberian diskon ketika event-event tertentu	Ordinal
	Barang Gratis	a. Daya Tarik pemberian bonus apabila pembeli barang tertentu (beli satu gratis satu) b. Screamous memberikan produk tambahan	a. Tingkat ketertarikan pada pemberian bonus apabila embeli barang tertentu (beli satu gratis satu). b. Tingkat pemberian produk tambahan	Ordinal

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		ketika transaksi saat event.	ketika transaksi saat event	
	Tampilan demonstrasi titik pembeli (P-O-P)	a. Daya tarik pengunjung dalam melihat produk yang di pajang di depan kasir	a. Tingkat ketertarikan pengunjung dalam melihat produk yang di pajang di depan kasir	Ordinal
	Hadiah (Kontes, Undian, Permainan)	a. Daya tarik pemberian undian ketika diselenggarakan oleh screamous	a. Tingkat daya tarik pemberian undian ketika diselenggarakan oleh screamous	Ordinal
Keputusan Pembelian menurut (Kotler & Keller 2016 ; 193) <i>“In the evaluation stage , the consumer forms preferences among the brands in the choice and may also form an intention to buy the most preferred brand”</i>	Pemilihan produk	a. Pemilihan produk distro Screamous sesuai dengan kebutuhan konsumen	a. Tingkat keputusan pembelian konsumen berdasarkan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen	Ordinal
	Pemilihan Merek	a. Pemilihan atas merek distro	a. Tingkat keputusan pembelian berdasarkan merek	Ordinal
	Pemilihan penyalur	a. Pemilihan penyalur produk distro berdasarkan kualitas	a. Tingkat keputusan pembelian produk berdasarkan Kualitas	Ordinal

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		produk ditoko distro Screamous	produk ditoko distro Screamous	
	Waktu Pembelian.	a. Siklus pembelian secara rutin produk distro dalam waktu tertentu	a. Tingkat keputusan pembelian secara rutin dalam kurun waktu tertentu.	Ordinal
	Jumlah pembelian	a. Jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan	a. Tingkat keputusan pembelian berdasarkan jumlah kebutuhan produk	Ordinal
	Metode pembayaran	a. Kemudahan metode pembayaran	a. Tingkat keputusan pembelian berdasarkan metode pembayaran	Ordinal

Sumber diolah Penulis 2017

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Dan untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Dan sampel penelitian diperoleh dari teknik

sampling tertentu

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Sugiyono (2016:117) berpendapat bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh pengunjung yang datang dan bertransaksi di distro Screamous Sultan Agung Bandung. Selama bulan maret hingga agustus tahun 2017, jumlah konsumen yang melakukan pembelian terhadap Distro Screamous dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 3.2
Data Pengunjung Tahun 2017

Hari	Konsumen
Maret	921
April	900
Mei	890
Juni	1.531
Juli	850
Agustus	611
Total	5.709
Rata-rata	846

Sumber : Distro Screamous

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel menurut Sugiyono (2016:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan bagian dari

populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan hanya sebagian dari populasi saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul-betul sangat representatif (benar-benar mewakili).

Khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10). Dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin, yang dapat ditunjukkan sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir

(tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 846 dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar :

$$\begin{aligned} n &= \frac{846}{1 + (846,5)(0,10)^2} \\ &= \frac{846}{9,465} \end{aligned}$$

= 89,43 dibulatkan menjadi 89

Berdasarkan perhitungan diatas maka diperoleh ukuran (n) dalam penelitian ini sebanyak 89 orang yang akan dijadikan ukuran sampel penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampel merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

Teknik *sampling* pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016:81). Non probability sampling terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, sampling incidental, sampling jenuh, dan snow ball sampling.

Pada laporan penelitian ini menggunakan sampling incidental, Menurut Sugiyono (2013:122) “ sampling incidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data”

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian yang dilakukan. Didalam mengumpulkan data penelitian, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi, seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala Likert yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pernyataan alternatif sebagai berikut:

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban

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

Sumber : Sugiyono (2012:94)

Pada peneltian ini sumber data yang digunakan dibagi menjadi dua bagian yaitu :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh berdasarkan survey langsung yang dilakukan di Screamous Sultan Agung Bandung. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data yang akurat. Data primer dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu :

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan fenomena/permasalahan yang harus diteliti dan bila peneliti ingin mengetahui hal-hal mendalam yang bisa didapatkan dari responden dan jumlah responden kecil/sedikit (Sugiyono,2016:137)

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono,2016:142). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

c. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2016:145) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Dokumen-dokumen dari Distro Screamous Sultan Agung Bandung
- b. Buku-buku yang berkaitan dengan variabel penelitian,
- c. Jurnal dan hasil penelitian terdahulu

3.5 Metode Analisis Data yang digunakan

Dalam penelitian ini metode analisis data yang akan di pakai adalah metode kuantitatif. Karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut 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 tujuann untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, Sugiyono (2012:12).

3.5.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2016:177) menunjukan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya

dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus pearson product moment sebagai berikut :

Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus pearson product moment sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum X_1 X_{1tot}) - (\sum X_1)(\sum X_{1tot})}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum x_{1tot}^2 - (\sum x_{1tot})^2))}}$$

Keterangan :

- r = Korelasi product moment
- $\sum X_i$ = Jumlah skor suatu item
- $\sum X_{tot}$ = Jumlah total skor jawaban
- $\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item
- $\sum x_{tot}^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban
- $\sum X_i X_{tot}$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2016 : 179). Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012 : 177). Uji reliabilitas kuesioner dalam penelitian digunakan metode split half item tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok item ganjil dan kelompok item

genap. Kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Apabila korelasi 0,7 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel.

Adapun rumus untuk mencari reliabelitas adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

- r = koefisien korelasi
- n = banyaknya responden
- A = skor item pertanyaan ganjil
- B = skor pertanyaan genap

Setelah koefisien korelasi diketahui, aka selanjutnya hasil tersebut dimasukan kedalam rumus Spearman Brown dengan rumus sebagai berikut.

$$r = 2rb / (1 + rb)$$

Dimana :

- r = nilai reliabilitas
- rb = korelasi produk moent antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap).

3.5.3 Analisis Regresi linier berganda

Menurut Sugiyono (2013:210) menyatakan bahwa “ analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variable tertentu bila variable lain berubah”. Jumlah variabel

independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Hubungan antara variable tersebut dapat dicirikan melalui model matematika yang disebut dengan model regresi. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variable yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variable yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variable X_1 (Kualitas Produk) dan X_2 (promosi penjualan) dan Y (Keputusan Pembelian). Rumus yang digunakan yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

Y = variable terikat (Keputusan Pembelian)

a = konstanta

β = koefisien regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Promosi Penjualan

3.5.4 Analisis Korelasi berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X_1 (Kualitas Produk) dan X_2 (Promosi Penjualan) dan Y (keputusan Pembelian).

Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JK(Reg)}{\Sigma Y^2}$$

R^2 = koefisien korelasi ganda

JK_{reg} = jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi.

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < R < 1$ dan harga untuk masing-masing nilai R adalah sebagai berikut :

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 dan Y , semua positif sempurna.
2. Apabila $R = -1$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 dan Y , semua negatif sempurna.
3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.
4. Apabila R berada diantara -1 dan 1 , maka tanda negatif $(-)$ menyatakan adanya korelasi tidak langsung atau korelasi negative. Dan tanda positif $(+)$ menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini :

Tabel 3.4
Kriteria Interpretasi koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012:94)

3.5.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dimaksudkan sebagai cara untuk menentukan apakah hipotesis yang akan diajukan sebaiknya diterima (signifikan) atau ditolak oleh

penulis. Rumusan hipotesis sebagai berikut :

1. Uji hipotesis simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$: tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Produk (X_1) dan Promosi Penjualan (X_2), terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : \beta_1 \beta_2 \neq 0$: terdapat pengaruh antara Kualitas Produk (X_1) dan Promosi Penjualan (X_2), terhadap keputusan Pembelian (Y).

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan uji signifikan koefisien berganda, tariff signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F table (n-K-1) = derajat kebebasan.

R^2 = koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan.

K = banyaknya variabel bebas

n = ukuran sampel

Perhitungan tersebut akan memperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut (n-K-1) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel} - H_a$ diterima (signifikan)
- b. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel} - H_a$ ditolak (tidak signifikan)

2. Uji Hipotesis Parsial

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk statistik sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$: tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Distro Screamous.

$H_a : \beta_1 \neq 0$: terdapat pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Distro Screamous.

$H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Promosi Penjualan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Distro Screamous.

$H_a : \beta_2 \neq 0$: terdapat pengaruh Promosi Penjualan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Distro Screamous.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

r = nilai korelasi parsial

k(kelas) = subvariabel

Pengujian telah dilakukan, maka hasil pengujian hitung dibandingkan dengan table, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

3.5.6 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel x (Kualitas Produk, promosi penjualan) terhadap variabel Y (Promosi Penjualan). Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X_1, X_2 (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%) .

Rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi ganda

3.5.7 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh secara parsial per sub variable Kualitas Produk (X_1) dan Promosi Penjualan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (y), maka dapat diketahui dengan cara mengalikan nilai *standardized coefficients* beta dengan menggunakan *software SPSS for window*. Rumus koefisien Determinasi yang dikemukakan oleh

Gujarati (2012:172) adalah sebagai berikut;

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

Keterangan;

B = Beta (nilai *standardized coefficients*)

zero order = Matriks korelasi variable bebas dengan variable terikat.

Perhitungan pada rumus Gujarati yang telah diuraikan pada paragraf sebelumnya, untuk mengetahui apabila Kd sama dengan 0 maka pengaruh X terhadap variabel Y, lemah. Apabila Kd sama dengan 1, maka pengaruh X terhadap variabel Y, kuat.

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrument pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan kedalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel Kualitas Produk, Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian untuk penulisan skripsi ini berlangsung mulai September 2017 sampai dengan selesai, dilakukan penulis di distro Screamous jalan Sultan Agung no. 9, Kota Bandung.