

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2013:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan variabel yang lain. Adapun tujuan penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2013:12) adalah untuk memberikan dan menjabarkan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual.

Beda halnya dengan penelitian deskriptif. Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak Sugiyono (2013:14). Metode penelitian verifikatif digunakan peneliti untuk menjawab perumusan masalah nomor empat yaitu Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk di Distro Cosmic secara simultan dan parsial.

#### **3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent variable*)

adalah kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependept variable*) adalah keputusan pembelian ( $Y$ ). Menurut Sugiyono (2013:38) mengemukakan bahwa variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen. Berikut penjelasannya

### 3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat, yang disimbolkan dengan simbol ( $X$ ). Sedangkan variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, yang disimbolkan dengan simbol ( $Y$ ).

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang menjadi variabel bebas yaitu Kualitas produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) serta Keputusan pembelian ( $Y$ ) merupakan variabel terikat. Variabel-variabel tersebut dapat didefinisikan sebagai berikut :

#### 1. Kualitas produk ( $X_1$ )

Menurut Philip Kotler yang di alih bahasakan oleh Fandy Tjiptono (2014:49), Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dan serta dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat

## 2. Harga ( $X_2$ )

Jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau layanan, jumlah dari nilai-nilai yang pelanggan pertukaran untuk manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Kotler dan Armstrong yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2014:314).

## 3. Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Pemasaran telah mengembangkan “model tingkat” keputusan pembelian konsumen melalui lima tahap yaitu : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Kotler dan Keller yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2014:193).

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Berdasarkan pengertian-pengertian ketiga variabel yang akan diteliti diatas. Peneliti menetapkan sub variabel, kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator. Indikator-indikator tersebut dikembangkan lagi menjadi item-item pertanyaan atau pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner. Agar lebih jelas tentang operasional variabel maka dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini :

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel dan Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item pertanyaan
<p>Kualitas Produk (X1)</p> <p>Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.</p> <p><b>Philip Kotler yang di alih bahasakan oleh Fandy Tjiptono (2014:49)</b></p>	Kinerja ( <i>performance</i> )	Kemudahan dalam menggunakan Distro Cosmic	Distro cosmic bahannya sangat nyaman digunakan dalam berpakaian	Ordinal	1
	Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan	Ciri karakteristik sekunder pada Distro Cosmic	Keistimewaan tambahan Distro cosmic sudah sangat baik	Ordinal	2
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Kesesuaian standard system operasi Distro Cosmic	Kesesuaian standard bahan distro comic sudah sesuai dengan yang anda inginkan	Ordinal	3
	Keandalan	Keandalan Distro Cosmic dalam penggunaan	Keandalan Distro cosmic sudah sesuai dengan yang anda harapkan	Ordinal	4
	Daya Tahan	Daya tahan pada pengguna Distro Cosmic	Daya tahan pakaian Distro cosmic sudah sangat baik	Ordinal	5
	Kualitas yang dipersepsikan	Persepsi harga dengan kualitas Distro Cosmic	Kualitas jahitan Distro cosmic sesuai dengan harga yang ditawarkan	Ordinal	6

	Pelayanan	Kemudahan dalam penanganan keluhan Distro Cosmic	Penanganan keluhan Distro cosmic sangat mudah	Ordinal	7
	Estetika	Daya tarik Distro Cosmic dari fitur yang di persepsikan	Fitur penjualan Distro cosmic sudah sangat baik	Ordinal	8
<p>Harga (X2)</p> <p>“Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.”</p> <p><b>Philip Kotler yang di alih bahasakan oleh Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dedi Adriana (2012:465) (2014:49)</b></p>	Harga yang dipersepsikan	Kerjangkauan Harga	Kemampuan konsumen dengan keterjangkauan harga yang diberikan daya beli Distro Cosmic	Ordinal	9
		Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Kesesuaian harga dengan kualitas yang diberikan Distro Cosmic kepada konsumen	Ordinal	10
	Harga yang di refrensikan	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	daya saing harga Distro Cosmic mampu bersaing dengan para pesaing	Ordinal	11
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan oleh Distro Cosmic	Ordinal	12
Keputusan Pembelian Konsumen (Y) Suatu keputusan yang diambil oleh seorang calon pembeli menyangkut	Pemilihan produk	Kebutuhan dan keinginan akan produk distro	Kebutuhan konsumen akan produk Distro Cosmic	Ordinal	15
			Keberagaman Varian produk distro cosmic	Ordinal	16
			Kualitas	Ordinal	17

kepastian akan membeli atau tidak. <b>Philip Kotler yang dialih bahasakan oleh A.B Susanto (2014:202)</b>			produk yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen		
	Pemilihan merek	Iklan di media cetak, elektroknik dll	Kepercayaan konsumen akan produk distro cosmic	Ordinal	18
			Popularitas distro cosmic mampu bersaing dengan par distro lain	Ordinal	19
	Pemilihan penyalur	Kesesuaian produk dengan harapan konsumen	Kemudahan konsumen mendapatkan produk	Ordinal	20
			Ketersediaan produk distro yang diberikan sudah memenuhi	Ordinal	21
	Waktu pembelian	Kesesuaian produk dengan harapan konsumen	Promosi yang dilakukan distro cosmic membuat konsumen tertarik	Ordinal	24
	Jumlah pembelian	Kepuasan atau ketidak puasan konsumen terhadap produk	Kebutuhan kosnumen akan produk distro cosmic	Ordinal	25

Sumber : Data Olah Peneliti

### 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 dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Dan sampel penelitian diperoleh dari teknik

sampling tertentu.

### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:261). Pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh pengunjung yang datang dan bertansaksi di Distro Cosmic Bandung. Selama peneliti melakukan penelitian dalam 1 minggu, jumlah konsumen yang melakukan pembelian terhadap Distro Cosmic dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

**Tabel 3.2**  
**Data Pengunjung**

<b>Hari</b>	<b>Konsumen</b>
SENIN	<b>58</b>
SELASA	<b>39</b>
RABU	<b>40</b>
KAMIS	<b>36</b>
JUMAT	<b>25</b>
SABTU	<b>59</b>
MINGGU	<b>71</b>
Total	<b>328</b>

### 3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2012:62) 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 ditolelir  
(tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 328 orang 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 :

$$\begin{aligned} \text{Rumus : } n &= \frac{328}{1 + (328)(0,10)^2} \\ &= \frac{328}{4,28} \\ &= 76 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka diperoleh ukuran ( $n$ ) dalam penelitian ini sebanyak 76 orang yang akan dijadikan ukuran sampel penelitian.

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan

sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Secara spesifik, teknik yang digunakan adalah teknik sampling sistematis. Teknik sampling sistematis sendiri adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut.

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

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

#### **1. Data Primer**

Data primer yaitu data yang didapat dari hasil wawancara, observasi, dan kuesioner dengan responden yang mengisi lembaran kuesioner yang diajukan oleh peneliti.

#### **2. Data Skunder**

Data skunder yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang diolah seperti buku, dokumen, jurnal dan data internet yang mendukung penelitian.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data untuk mendukung penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui :

1. Studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan membaca dan mengumpulkan data-data teoritis melalui buku-buku, tulisan ilmiah, literatur,

serta catatan-catatan perkuliahan yang bersangkutan dengan masalah-masalah yang akan dibahas. Sehingga diperoleh landasan yang akan digunakan dalam pemecahan masalah tersebut.

2. Studi lapangan (*Field Research*), merupakan jenis penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data primer yakni dengan mengumpulkan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yaitu di Distro Cosmic, Bandung. Dalam studi lapangan ini dilakukan dengan beberapa cara, yaitu :
  - a. Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap responden yaitu pengunjung di Distro Cosmic Bandung yang selanjutnya diteliti guna melihat situasi dan kondisi langsung sesungguhnya.
  - b. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung dengan responden yaitu pengunjung Distro Cosmic, Bandung yang tujuannya memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
  - c. Kuesioner yaitu teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan yang menyangkut dengan identitas responden (usia, pendidikan terakhir, dan pendapatan/bulan), kualitas produk, harga dan keputusan pembelian.

### 3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas

Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

#### 3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah sejauh mana suatu alat ukur itu menunjukkan ketepatan dan kesesuaiannya. Menurut Sugiyono (2013:348), validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrument itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan mengkolerasikan antara skor butir dengan skor totalnya. Dalam mencari nilai kolerasi maka metode kolerasi yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan kolerasi *pearson product moment* dengan rumus sebagai berikut :

Sumber : Sugiyono

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

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien r product moment.

$r$  = Koefisien validitas item yang dicari.

$x$  = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item.

$y$  = Skor total instrument.

$n$  = Jumlah responden dalam uji instrument.

$\sum X$  = Jumlah hasil pengamatan variabel X.

$\sum Y$  = Jumlah hasil pengamatan variabel Y.

$\sum XY$  = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variable Y.

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

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

Dasar mengambil keputusan :

- a. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Sugiyono (2013:126) menyatakan, bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 keatas maka faktor tersebut dapat dianggap sebagai konstruksi kuat atau instrument memiliki validitas yang baik.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan yang tidak memenuhi, maka tidak perlu diteruskan untuk di uji reliabilitas. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2013:173). Pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan jika hasil pengukuran yang dilakukan relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *split-half*

*method* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pertanyaan genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *spearman brown*, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini :

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan II.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga rterdapat skor total untuk kelompok I dan II
3. Kolerasi skor kelompok I dan kelompok II dengan rumus :

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

Dimana :

r = Koefisien kolerasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\sum B^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\sum AB$  = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus kolerasi Spearman Brown sebagai berikut :

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Dimana :

r = Nilai reliabilitas

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

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen ( $r_{hitung}$ ), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya :

- a. Bila  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$ , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b. Bila  $r_{hitung} <$  dari  $r_{tabel}$ , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistik, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel. Menurut Barker et al, (2002 : 70) kriteria untuk koefisien reliabilitas adalah sebagai berikut ini :

**Tabel 3.3**  
**Kriteria Penilaian Reliabilitas**

<i>Criteria</i>	<i>Reliability</i>
<i>Good</i>	0,80
<i>Acceptable</i>	<b>0,70</b>
<i>Marginal</i>	0,60
<i>Poor</i>	0,50

Sumber : Barker et, al (2002:70)

### 3.7 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengolahan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem yang

diterapkan. *Scoring* dilakukan dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2010:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert maka variabel akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan baik bersifat *favorable* (positif) yaitu 5-4-3-2-1 ataupun bersifat *unfavorable* (negatif) yaitu 1-2-3-4-5.

### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dari variabel penelitian. Dalam penelitian, peneliti 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. Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori : sangat setuju, setuju, netral, kurang setuju, sangat kurang setuju. Untuk menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya :

$$\sum_p \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

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 diaktegorikan pada rentang skor sebagai berikut ini :

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

$$r = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dimana :

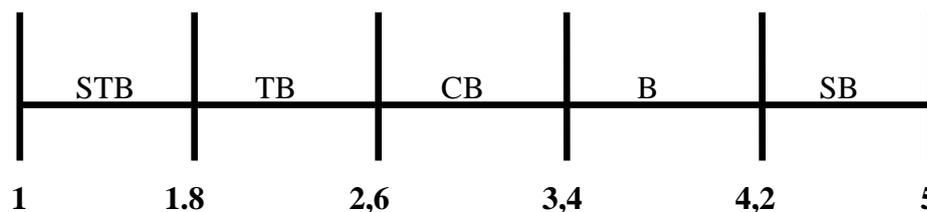
r = Rentang/skala

ST = Skor jawaban tertinggi

SR = Skor jawaban terendah

K = Kategori

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : Sugiyono (2013:12)

**Gambar 3.1**  
**Garis Kontinum**

### 3.7.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak Menurut Sugiyono, (2013:54). Dalam menggunakan analisis verifikatif dapat

menggunakan beberapa metode seperti berikut ini :

### 3.7.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ) (Sugiyono, 2013:13). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau perubahan. Dikatakan regresi linier berganda, karena jumlah variabel bebas (independen) sebagai prediktor lebih dari satu, maka digunakan persamaan regresi linier berganda dengan rumus menurut Sugiyono (2013:275), sebagai berikut :

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

Dimana :

- Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)
- a = Bilangan konstanta
- $\beta_1$  dan  $\beta_2$  = Koefisien regresi kualitas produk dan harga
- $X_1$  = Variabel bebas (kualitas produk)
- $X_2$  = Variabel bebas (harga)
- e = Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain kualitas produk dan harga

### 3.7.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis kolerasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel kualitas produk dan harga (X), dan keputusan pembelian (Y). Kolerasi yang digunakan adalah kolerasi berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JK_{(reg)}}{\sum Y^2}$$

Dimana :

$R^2$  = Koefisien Kolerasi Berganda

$JK_{(reg)}$  = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat total kolerasi

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan  $-1 < r < 1$  sebagai berikut ini :

Apabila  $r = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel  $X_1, X_2$  dan variabel Y

Apabila  $r = -1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel negatif

Apabila  $r = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan kolerasi.

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel 3.9. Angka kolerasi berkisar antara -1 s/d +1. Semakin mendekati 1 maka kolerasi semakin mendekati sempurna, interpretasi angka kolerasi dapat ditunjukkan pada tabel 3.9 dibawah ini :

**Tabel 3.4**  
**Taksiran Besarnya Koefisien Kolerasi**

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 (2010 : 184)

### 3.7.2.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya kontribusi (pengaruh) variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan variabel harga ( $X_2$ ) terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut ini :

#### a. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan variabel harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien kolerasinya yaitu :

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

Dimana :

$Kd$  = Nilai Koefisien determinasi

$r$  = Koefisien kolerasi product moment

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

#### b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan variabel harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial :

$$KD = B \times \text{zero Order} \times 100\%$$

Keterangan :

B = Beta (nilai standarlized coefficients)

Zero Order = Matrik Kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat Dimana apabila :

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, Lemah

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

### 3.7.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis yang akan diajukan diterima atau ditolak. Pengujian hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ), rumusan hipotesisnya sebagai berikut :

#### 1. Uji Hipotesis Keseluruhan (Simultan)

Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian

$H_1 : \beta_1 \beta_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda digunakan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

$R^2$  = Kuadrat koefisien kolerasi ganda

$k$  = Banyaknya variabel bebas

$n$  = Jumlah anggota sampel

Maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang ( $K$ ) dan penyebut ( $n - k - 1$ ) dengan ketentuan sebagai berikut :

Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel} - H_1$  diterima (signifikan)

Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel} - H_1$  ditolak (tidak signifikan)

## 2. Uji Hipotesis Parsial

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

$H_0 : \beta_1 = 0$ , tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

1.  $H_0 : \beta_2 = 0$ , tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan Pembelian

2.  $H_1 : \beta_2 \neq 0$ , terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan taraf Signifikansi 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{rp\sqrt{n-3}}{1-rp}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

rp = Nilai kolerasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis  $t_{hitung}$  dibandingkan  $t_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut :

Tolak  $H_0$  Jika  $t_{hitung} < t_{tabel} - H_1$  diterima (Signifikan)

Terima  $H_0$  Jika  $t_{hitung} > t_{tabel} - H_1$  ditolak (Tidak Signifikan)

### 3.8 Lokasi Penelitian

Lokasi objek dalam penelitian ini adalah perusahaan Distro Cosmic sesuai judul penelitian yaitu melakukan suatu survey di Distro Cosmic jalan Sultan Agung dalem Bandung, dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Distro Cosmic.

Adapun waktu untuk penulis menyelesaikan penelitian ini mulai tanggal 7 Januari 2017 s/d selesai.