

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Penulisan laporan ini penulis menggunakan metode survey yaitu dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan keberadaan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data yang penting dalam penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif (Sugiyono, 2017:11) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain yang diteliti dan di analisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Sedangkan penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis, yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah pertama yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk yoghurt *Freshtime* dan yang kedua bagaimana tanggapan konsumen mengenai lokasi yoghurt, dan yang ketiga bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian yoghurt. Metode verifikatif yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang keempat yaitu seberapa besar pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian yoghurt.

3.2 Definisi Variabel Penelitian

Variabel merupakan unsur penting dalam penelitian karena dengan variabel inilah penelitian bisa dikembangkan dan bisa diolah sehingga diketahui pemecahan masalahnya. Adapun 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 (Sugiyono, 2017:38).

Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X_1) dan lokasi (X_2) sedangkan yang menjadi variabel tidak bebas (*dependent*) adalah keputusan pembelian (Y) dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*independent variabel*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (*dependen variabel*). *Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*, Ungkapan ini dapat artikan bahwa kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari produk atau layanan yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan menurut Kotler dan Keller (2016:156). Lokasi menurut Tjiptono (2015:345) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.
2. Variabel terikat (*dependent variabel*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Keputusan pembelian didefinisikan oleh Kotler & Keller (2016:177), *Consumer behavior is the*

study of how individual, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants. Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini ada tiga variabel yang diteliti, yaitu kualitas produk (X_1), lokasi (X_2) dan keputusan pembelian sebagai variabel tidak bebas (Y). 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 & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas produk (X1) Kualitas sebagai gambaran langsung dari suatu produk seperti kinerja, keandalan, mudah dalam	1. Kinerja	Konsistensi tekstur	Tingkat konsistensi tekstur yoghurt	Ordinal
	2. Fitur	Varian rasa	Tingkat variasi rasa yoghurt <i>Freshtime</i>	Ordinal
		Varian ukuran	Tingkat variasi ukuran kemasan yoghurt <i>Freshtime</i>	Ordinal

penggunaan, estetika dan sebagainya Fandy Tjiptono (2016:121)	3. Keandalan	Kehigienisan	Tingkat kehygienisan yoghurt <i>Freshtime</i>	Ordinal
	4. Kesesuaian	Kesesuaian aroma dengan rasa	Tingkat kesesuaian aroma dengan rasa	Ordinal
	5. Ketahanan	Umur harapan produk	Tingkat umur harapan produk yoghurt	Ordinal
	6. Estetika	Kemenarikan kemasan	Tingkat kemenarikan kemasan	Ordinal
	7. Kualitas yang dipersepsikan	Citra dan reputasi produk	Tingkat citra dan reputasi yoghurt	Ordinal
Lokasi (X2) Lokasi sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya Ratih Hurriyati (2015:56)	1. Akses	Mudah dijangkau transportasi	Tingkat kemudahan dijangkau	Ordinal
	2. Visibilitas	Dapat dilihat dengan jelas dari jarak normal	Tingkat kejelasan lokasi dari jarak normal	Ordinal
	3. Lalu lintas	Kelancaran lalu lintas	Tingkat kelancaran lalu lintas	Ordinal
	4. Tempat parkir	Keamanan tempat parkir	Tingkat keamanan	Ordinal
	5. Ekspansi	Ketersediaan tempat yang cukup luas	Tingkat ketersediaan tempat yang cukup luas	Ordinal
	6. Lingkungan	Berdekatan dengan tempat ramai	Tingkat kedekatan dengan tempat ramai	Ordinal
	7. Persaingan	Terdapat tempat yoghurt berdekatan	Tingkat persaingan	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y) <i>Consumer</i>	1. Pemilihan Produk	Memilih produk berdasarkan kualitas	Tingkat keputusan pemilihan produk dilihat	Ordinal

<i>behavior is the study of how individual, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants</i> Kotler & Keller (2016:177)		produk yang ditawarkan	berdasarkan kualitas produk yang diberikan	
		Memilih produk berdasarkan keragaman produk	Tingkat keputusan pemilihan produk dilihat dari keragaman produk	Ordinal
	2. Pemilihan Merek	Memilih produk berdasarkan kepercayaan merek	Tingkat keputusan pemilihan produk dari kepercayaan merek produk	Ordinal
	3. Pilihan Penyalur	Memilih penyalur berdasarkan lokasi mudah dijangkau	Tingkat keputusan pembelian produk berdasarkan tempat penlokasian	Ordinal
	4. Waktu Pembelian	Memutuskan membeli berdasarkan waktu pembelian sesuai dengan kebutuhan	Tingkat keputusan pembelian dalam suatu waktu sesuai dengan kebutuhan	Ordinal
	5. Jumlah Pembelian	Memutuskan membeli berdasarkan jumlah pembelian yang sesuai dengan kebutuhan	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan jumlah kebutuhan produk	Ordinal
	6. Metode Pembayaran	Memutuskan membeli berdasarkan metode pembayaran	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan alat pembayaran yang disediakan	Ordinal

Sumber : Olah Data Penulis, 2018

3.3 Populasi dan Sampel

Pada sub populasi dan sampel menjelaskan unit analisis, rentang waktu penelitian dan metode pengambilan sampel yang digunakan. Menguraikan populasi yang akan dijadikan unit analisis, sehingga kerangka sampling dapat berupa daftar elemen atau unit dalam populasi yang dari daftar peneliti mengambil unit sampel. Unit sampel yaitu elemen-elemen atau unit-unit dari populasi yang dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Populasi harus mempunyai karakteristik yang sama dan menjadi objek inferensi. Populasi menurut Sugiyono (2017:80) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi obyek dan benda-benda alam lain.

Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti. Penelitian ini penulis menggunakan populasi yang diambil dari pengunjung KPSBU Lembang yang melakukan transaksi pembelian pada yoghurt *Freshtime*, seperti pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Data Pengunjung yang Membeli Yoghurt *Freshtime* Selama Sebulan

Minggu ke	Pengunjung
1	120 orang
2	114 orang
3	122 orang
4	133 orang
Rata-rata jumlah pengunjung perbulan	489 orang

Sumber :KPSBU 2018

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi memiliki jumlah yang besar sehingga peneliti menggunakan sampel dari populasi tersebut. Sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi.

Anggota sampel yang tepat digunakan menurut Sugiyono (2017:81) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitu sebaliknya. Kesimpulannya sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi konsumen yoghurt *Freshtime*

Responden yang dipilih berdasarkan rumus Slovin (Mustafa 2010:90) sampel yang akan ditentukan oleh penulis dengan persentase kelonggaran ketidaktelitian adalah sebesar 10%.

$$\text{Rumus Slovin} = \boxed{n = \frac{N}{1+N.e^2}}$$

Dimana: n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 396 orang. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = 489 / \{1 + 489(0,1)^2\} = 83$$

$$n = 83 \text{ responden}$$

Maka responden yang terpilih sebanyak 83 orang.

3.3.3 Teknik Sampling

Dalam laporan ini penulis menggunakan teknik *Nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2017:82), *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan samabagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang dilakukan dalam *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode jenis *convenience sampling* atau yang sering disebut *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data Sugiyono (2016:82). Dimana responden yang cocok dipilih dalam penelitian ini adalah para pembeli yoghurt *Freshtime*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik yang digunakan di dalam pengumpulan data dari suatu perusahaan. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah:

1. Riset Lapangan (*field research*) yaitu penelitian dengan mengadakan peninjauan langsung pada lokasi penelitian yaitu di Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara Lembang dengan maksud untuk memperoleh data primer melalui:
 - a. Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, seperti: pengamatan penulis pada perilaku calon konsumen yang sedang membeli yoghurt *Freshtime*.
 - b. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan melalui tanya jawab dengan manajer pemasaran Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara Lembang mengenai serangkaian kegiatan dan program pemasaran yang dilakukan perusahaan, Tanya jawab dengan pemasaran untuk mengetahui proses penjualan, dan konsumen yoghurt *Freshtime*.
 - c. Kuesioner yaitu daftar pertanyaan mengenai gambaran umum dari responden, serta sebuah set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian, guna mendapat data primer yang merupakan sumber data yang diperoleh dari pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian ini. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen

mengenai kualitas produk, lokasi, dan keputusan pembelian yoghurt *Freshtime*.

2. Riset Kepustakaan (*library research*) yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data-data sekunder dengan cara menggunakan informasi dari literatur, buku-buku ataupun sumber lainnya.

3.5 Teknik Pengolahan Data

Pada sub teknik pengolahan data ini menguraikan metode-metode analisis yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Metode analisis data sangat tergantung pada jenis penelitian dan metode penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data diikuti dengan pengujian hipotesis penelitian.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data 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 penulis menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum X_1 X_{1tot}) - (\sum X_1)(\sum X_{1tot})}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum x_{1tot}^2) - (\sum x_1 tot)^2)}}$$

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

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Reliabilitas menurut Sugiyono (2017:110) adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Penelitian ini menggunakan metode *Split Half* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *Spearman Brown*, dengan cara kerjanya sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan kelompok genap.
3. Korelasi total skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus :

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

Keterangan :

r = Korelasi produk moment

ΣA = Jumlah total skor kelompok ganjil

ΣB = Jumlah total skor kelompok genap

ΣA^2 = Jumlah kuadrat total skor kelompok ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadrat total skor kelompok genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban kelompok ganjil dan kelompok genap

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

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi

rb = korelasi *product moment* antara kelompok ganjil (belahan pertama) dan kelompok genap (belahan kedua), batas reliabilitas minimal 0,7

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

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

3.6.1 *Method of Succesive Interval (MSI)*

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, 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 di analisis dengan menggunakan metode tersebut, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan teknik *Method of Succesive Interval (MSI)*. Langkah-langkah yang harus dilakukan sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi tiap responden hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan.
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 dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel lokasi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (*scale value/SV*)

$$SV = \frac{\text{Density at Liwer Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Ares Under Lower Limit}}$$

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus :

$$Y = SV + [k]$$

$$K = 1 [SV_{\min}]$$

Penulis menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program SPSS *for windows* untuk memudahkan dan mempercepat. Proses perubahan data dari skala ordinal ke interval.

3.6.2 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang fakta-fakta yang ada. Metodenya akan dijelaskan sebagai berikut: Hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (kuesioner/angket). Dimana kualitas produk dan lokasi (variabel X_1 dan X_2), dan keputusan pembelian (variabel Y).

Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (*item* positif) atau tidak mendukung pernyataan (*item* negatif). Setiap item dari kuisisioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda skor atas pilihan jawaban untuk kuisisioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
		Bila Positif	Bila Negatif
1	SS (Sangat Setuju)	5	1
2	S (Setuju)	4	2
3	CS (Cukup Setuju)	3	3
4	TS (Tidak Setuju)	2	4
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber : Sugiyono(2017 : 94)

Dari setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel bebas dan variabel terikat). Dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala Likert. Analisis deskriptif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi lokasi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik, tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4,dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden. Apabila digambarkan dengan rumus, maka akan tampak seperti di bawah ini:

$$\text{Skor Total} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Sumber: Umi Narimawati (2010:45)

Keterangan:

- a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
- b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Dari hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.4 sebagai berikut :

Tabel 3.4
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Tidak Baik
2	36.01 – 52.00	Kurang Baik
3	52.01 – 68.00	Cukup Baik
4	68.01 – 84.00	Baik
5	84.01 - 100	Sangat Baik

Sumber: Umi Narimawati (2010:84)

3.6.3 Analisis Verifikatif

Metode kuantitatif (verifikatif) adalah metode pengolahan data dalam berbentuk angka. Sugiyono (2017:13) menjelaskan metode kuantitatif adalah: “Merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

3.6.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah (Sugiyono 2017:130). Hubungan antara variabel tersebut dapat dicirikan melalui model matematik yang disebut dengan model regresi. Dari model tersebut dapat dilakukan pengujian untuk melihat apakah ada pengaruh yang signifikan. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui

adanya hubungan antara variabel X_1 (kualitas produk) dan X_2 (lokasi), dan Y (keputusan pembelian). Rumus yang digunakan yaitu :

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

Dimana :

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

a = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Lokasi

e = Standar error

3.6.3.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis Korelasi Berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X_1 (kualitas produk) dan X_2 (lokasi), dan Y (keputusan pembelian).

Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \sqrt{\frac{JK_{regresi}}{JK_{total}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi ganda

JK_{reg} = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

JK_{tot} = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017:184). Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5
Koefisien Korelasi

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

Sumber : Sugiyono (2017:184)

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

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.

3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan salah satu unsur menjadi perhatian dalam analisis. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (kualitas produk dan lokasi) terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Untuk melihat betapa besar pengaruh variabel X_1 dan X_2 (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%).

Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut .:

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

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi
 R^2 = Koefisien korelasi ganda

3.6.3.4 Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh kualitas produk dan lokasi, dan keputusan pembelian. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), rumus hipotesisnya sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Simultan

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

$H_0: \beta_1 \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a: \beta_1 \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh antara kualitas produk (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

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

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} ($n-K-1$) = derajat kebebasan

Perhitungan tersebut akan diperoleh lokasi F dengan pembilang K dan penyebut dk ($n-k-1$) dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ $\longrightarrow H_a$ diterima (signifikan)
2. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ $\longrightarrow H_a$ 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 :

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) yoghurt *Freshtime*.
 $H_a : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) yoghurt *Freshtime*.
- b. $H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) yoghurt *Freshtime*.
 $H_a : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) yoghurt *Freshtime*.

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 t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

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

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di KPSBU Lembang. Adapun rincian jadwal kegiatan penyusunan laporan tugas akhir secara runtut waktu adalah:

Tabel 3.6
Jadwal Kegiatan Penyusunan Laporan Tugas Akhir

Kegiatan	Desember				Januari				Februari				Maret				April			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penelitian																				
Penulisan Laporan																				
Sidang UP																				
Sidang Akhir																				

Sumber: olah data penulis, 2018