

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metodologi penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, Sugiyono (2016:3). Berdasarkan hal tersebut terdapat kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmiahan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan, dan sistematis merupakan suatu proses yang dipakai dalam penelitian dengan menggunakan berbagai langkah yang bersifat logis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Sugiyono (2016:52) pengertian pendekatan deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Melalui metode deskriptif dari rumusan masalah pertama, kedua, dan ketiga yaitu mengenai tanggapan konsumen pada toko V2N style atas kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.

Metode verifikatif merupakan metode yang memperlihatkan pengaruh dari variabel-variabel yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan

perhitungan statistic. Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak, Sugiyono (2016:37). Metode verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko V2N Style.

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 (2016:63) 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.

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko V2N Style” , maka

variabel terbagi menjadi dua yaitu variabel independen dan variabel dependen .

Menurut Sugiyono (2016:61) adalah:

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen adalah sebagai variabel output, kriteria, konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016:61). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah di dalam tahap evaluasi, konsumen memilih diantara beberapa brand/merek dan mungkin juga lebih berniat membeli dari brand yang lebih disukai. (Kotler & Keller, 2016:192). Sedangkan menurut Buchari Alma (2013:96) Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan proses. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli. Kemudian Kotler & Armstrong (2013:178) mengemukakan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai.

2. Variabel Independen (X)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent.

Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai Variabel bebas, Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai variabel bebas Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2).

a. Kualitas Produk

Kualitas Produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. (Handoko dalam Prajati, 2013:16)

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:253) Kualitas Produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kemudian menurut Assauri (2015:211)

b. Harga

Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. (Kotler dan Armstrong, 2013:151). Menurut Samsul Ramli (2013:51) Harga adalah sebagai nilai relatif dari produk dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk. Dan menurut Buchari Alma (2014:169) Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

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 harga. 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) Kualitas Produk adalah karakter yang dimiliki suatu barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. <ul style="list-style-type: none"> • Kotler dan Amstrong (2014:253) • Assauri (2015:211) • Handoko dalam Prajati (2013:16) 	Bentuk (<i>form</i>)	- Ukuran produk - Daya tarik Model produk	- Tingkat ukuran produk - Tingkat model produk	Ordinal
	Fitur (<i>feature</i>)	- Daya tarik yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk - Ciri khas produk	- Tingkat daya tarik yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk - Tingkat ciri khas produk	Ordinal
	Kualitas kinerja (<i>Performance Quality</i>)	- Material utama produk V2N Style - Karakteristik produk	- Tingkat kekuatan material utama produk V2N Style	Ordinal

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
			- Tingkat karakteristik produk	
	Kesan kualitas (<i>Perceived quality</i>)	- Bersifat subyektif berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk V2N Style - Kesesuaian bentuk pakaian	- Tingkat kebanggaan menggunakan produk V2N Style - Tingkat kesesuaian bentuk pakaian	Ordinal
	Ketahanan (<i>Durability</i>)	- Daya tarik Ketahanan produk V2N Style - Usia pemakaian	- Tingkat daya tarik ketahanan produk V2N Style - Tingkat usia pemakaian	Ordinal
	Kehandalan (<i>Realibity</i>)	- Daya tarik Kenyamanan menggunakan produk V2N Style.	- Tingkat daya tarik kenyamanan menggunakan produk V2N Style	Ordinal
	Kemudahan perbaikan (<i>Repairability</i>)	- Daya tarik pemberian garansi di setiap produk V2N Style - Kecepatan dalam menanggapi keluhan	- Tingkat daya tarik pemberian garansi produk V2N Style - Tingkat kecepatan dalam	Ordinal

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
			menanggapi keluhan	
	Gaya (style)	- Daya tarik penampilan produk yang dirasakan pembeli - <i>Prestige</i>	- Tingkat daya tarik penampilan produk yang dirasakan pembeli - Tingkat kegengsian	Ordinal
	Desain (<i>Design</i>)	- Daya tarik desain produk V2N Style berdasarkan kebutuhan konsumen - Model yang variatif	- Tingkat daya tarik desain produk V2N Style berdasarkan kebutuhan konsumen - Tingkat variasi model pakaian V2N Style	Ordinal
Harga (X2) Harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan income bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen. • Kotler dan Amstrong (2013:151) • Samsul Ramli (2013:51) • Buchari Alma (2014:169)	Keterjangkauan Harga	- Harga produk yang ditawarkan Toko V2N Style. - Harga sesuai dengan minat beli konsumen	- Tingkat kesesuaian harga dengan kemampuan atau daya beli konsumen - Tingkat kesesuaian minat beli konsumen	Ordinal
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	- Harga sesuai dengan kebutuhan konsumen.	- Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	- Kesesuaian harga dengan kualitas produk - Harga	- Tingkat kesesuaian harga dengan spesifikasi - Tingkat	Ordinal

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
		sesuai dengan hasil yang diinginkan	kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan	
	Daya Saing Harga	- Harga lebih terjangkau dibandingkan pesaing - Harga produk mampu bersaing dengan produk sejenis ditempat lain.	- Tingkat potongan harga - Tingkat persaingan harga produk	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y) Keputusan Pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor ekonomi, politik, budaya dan teknologi informasi dalam memilih dan membeli produk dari suatu merek atau brand. • Kotler dan Keller (2016:192) • Buchari Alma (2013:96) • Kotler dan Amstrong (2012:178)	Pemilihan produk	- Pemilihan produk V2N Style sesuai dengan kebutuhan konsumen - Memilih produk berdasarkan kualitas produk	- Tingkat keputusan pembelian konsumen berdasarkan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen - Tingkat keputusan pemilihan berdasarkan kualitas produk	Ordinal
	Pemilihan Merek	- Pemilihan atas merek Toko pakaian - Memilih berdasarkan reputasi merek	- Tingkat keputusan pembelian berdasarkan merek - Tingkat keputusan pemilihan berdasarkan reputasi merek	Ordinal
	Pemilihan	- Pemilihan	- Tingkat	Ordinal

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
	penyalur	penyalur produk Toko pakaian berdasarkan kualitas produk di toko V2N Style - Pemilihan penyalur produk berdasarkan ketersediaan produk	keputusan pembelian produk berdasarkan Kualitas produk di toko V2N Style - Tingkat keputusan pembelian berdasarkan ketersediaan produk	
	Waktu Pembelian.	- Siklus pembelian secara rutin produk toko pakaian dalam waktu tertentu - Waktu pembelian produk berdasarkan adanya potongan harga	- Tingkat keputusan pembelian secara rutin dalam kurun waktu tertentu. - Tingkat waktu pembelian berdasarkan adanya potongan harga	Ordinal
	Jumlah pembelian	- Jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan - Keragaman produk mempengaruhi jumlah pembelian	- Tingkat keputusan pembelian berdasarkan jumlah kebutuhan produk - Tingkat keputusan berdasarkan keragaman	Ordinal
	Metode pembayaran	- Kemudahan metode pembayaran	- Tingkat keputusan pembelian	Ordinal

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
			berdasarkan metode pembayaran	

Sumber: diolah Penulis 2018

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 Toko V2N Style. Selama peneliti melakukan penelitian dalam 6 bulan terhitung sejak bulan Mei hingga Oktober tahun 2017, jumlah konsumen yang melakukan pembelian terhadap Toko V2N

Style dapat dilihat dari tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3.2
Data Pengunjung

Bulan	Konsumen
Mei	98
Juni	126
Juli	107
Agustus	97
September	85
Oktober	89
Total	602
Rata rata	100

Sumber : Toko V2N Style

Berdasarkan Tabel 3.2 menjelaskan bahwa jumlah pengunjung Toko V2N Style selama periode Mei hingga Oktober 2017 mengalami fluktuatif, namun jumlah pengunjung terbanyak ada pada bulan juni karena bertepatan dengan bulan ramadhan dimana orang-orang cenderung memanfaatkan uangnya untuk berbelanja pakaian sehingga berdampak langsung pada peningkatan jumlah pengunjung yang melakukan pembelian di TokoV2N Style.

Berdasarkan data diatas maka populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan konsumen yang berkunjung ke Toko V2N Style berdasarkan data yang diperoleh yaitu berjumlah 602 orang dalam kurun waktu enam bulan terakhir pada tahun 2017.

3.3.2 Sampel

Pengertian sampel menurut (Sugiyono, 2016:120) 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. Penelitian ini tidak menggunakan 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).

Penentuan jumlah sample yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode slovin yang di kemukakan oleh Husein Umar (2013:78) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolehir
(tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 5%)

$$n = \frac{100}{1+100(0,05)} = 17 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka diperoleh ukuran (n) dalam penelitian ini sebanyak 17 orang. Untuk memperkuat penelitian maka peneliti akan mengambil sampel sebanyak 100 orang.

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, 2016:121). *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 (2016:126) “*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 terhadap masalah yang menjadi objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Penelitian Lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dengan

mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden dan mengamati secara langsung tugas-tugas yang berhubungan dengan perusahaan V2N Style, sehingga menghasilkan data primer. Data primer dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu :

a. Wawancara

Wawancara secara langsung antara peneliti dengan dengan tanya jawab kepada pemilik V2N Style berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian sehingga diharapkan memperoleh data yang lebih jelas.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen V2N Style. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai harga, keragaman produk dan keputusan pembelian.

c. 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.

2. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data sekunder berdasarkan literature-literature, buku-buku yang berkaitan dengan variable penelitian dan

bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti, data sekunder dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu :

a. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literature atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi perpustakaan diperoleh dari data sekunder yaitu literature-literature, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

b. Jurnal

Data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian dianggap relevan dengan topik pendidikan.

c. Internet

Dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian, yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis.

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 positivsm. 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, Sugiyono (2016:10).

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuisisioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Karena validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel, maka untuk itu, penulis juga akan melakukan kedua uji ini terhadap instrumen penelitian (kuisisioner).

3.5.1.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:168) uji validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Validitas sebagai salah satu derajat ketepatan atau keandalan pengukuran instrumen mengenai isi pertanyaan.

Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *Pearson Product Moment*. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item. Jika koefisien korelasi tersebut positif maka item tersebut dinyatakan valid.

Sedangkan, jika negatif maka item tersebut dinyatakan tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuesioner atau diganti dengan pertanyaan perbaikan.

Cara menilai korelasi adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n(\sum X^2) - (\sum X)^2) (n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

- r = Koefisien Korelasi
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2017:173). Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017:168). Uji realianilitas kuesioner dalam penelitian digunakan metode split half item tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelimpok 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, maka 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).

3.5.2 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan dari setiap item kuisisioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji

hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y). Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini menggunakan perhitungan statistik regresi linear berganda berdasarkan perolehan data dari responden atas kuisisioner yang disebarakan.

3.5.3 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Statistik yang digunakan adalah rata-rata (mean), median, modus, standar deviasi dan lain-lain. Variabel penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert, karena skala likert umum digunakan dalam kuesioner dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam suatu penelitian. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut dengan variable penelitian. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative. Terdapat lima (5) kategori pembobotan dalam skala likert ialah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skala Likert

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

Sumber : Sugiyono (2017:137)

Setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel tersebut (variabel bebas dan variabel terikat) dalam operasionalisasi variabel ini semua diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuisioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert. Untuk menentukan jawaban responden termasuk kedalam golongan tinggi, sedang atau rendah terlebih dahulu ditentukan skala intervalnya dengan cara sebagai berikut:

$$NJI \text{ (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Tabel 3.4
Kategori Skala

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Tidak Baik	1,00-1,80
2	Tidak Baik	1,81-2,60
3	Cukup Baik	2,61-3,40
4	Baik	3,41-4,20
5	Sangat Baik	4,21-5,00

Sumber : Sugiyono (2017:137)

3.5.4 Analisis Verifikatif

Penelitian Verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji Hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk

dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang akan digunakan seperti *Method of Succeshive Interval (MSI)*, Analisis Regresi Linier Berganda, Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi.

3.5.5 *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 diubah menjadi interval dengan teknik *Succesive Interval Method*. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
2. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
3. Menghitung nilai z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data > 30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai z pada rumus distribusi normal.
5. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Of Succesive Interval*, dengan rumus :

$$SV = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area under upper limit}) - (\text{Area under lower limit})}$$

Dimana :

SV(Scala Value)	= rata-rata interval
Density at lower limit	= kepaduan batas bawah
Density at upper limit	= kepaduan batas atas
Area under upper limit	= daerah dibawah batas atas
Area under lower limit	= daerah dibawah batas bawah

6. Menggunakan nilai transformasi (Nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus :

$$Y = SV + (\text{Nilai Skala} + 1)$$

3.5.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017:253) menyatakan bahwa “analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah”. Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Hubungan antara variabel tersebut dapat dicirikan melalui model matematika yang disebut dengan model regresi. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel 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 (Harga) 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 = Harga

3.5.7 Analisis Korelasi Berganda

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

Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

R^2 = koefisien korelasi ganda

JK_{reg} = jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

ΣY^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 3.5
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 (2017:242)

3.5.8 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 Harga (X_2), terhadap Keputusan Pembelian (Y).

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

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan uji signifikan koefisien berganda, taraf 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_{tabel} (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) V2N Style.

$H_a : \beta_1 \neq 0$: terdapat pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap

Keputusan Pembelian (Y) V2N Style.

$H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) V2N Style.

$H_0 : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) V2N Style

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.

3.5.9 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) atau *adjusted* R^2 bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai R^2 atau *adjusted* R^2 adalah diantara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan sebaliknya jika

mendekati nol.

Dalam uji linear berganda, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh X_1 , X_2 dan variabel Y . Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus :

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

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi berganda

Kriteria untuk analisis Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut :

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

3.5.10 Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh secara parsial per sub variable Kualitas Produk (X_1) dan Harga (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 (2013:172) 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 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian untuk penulisan skripsi ini berlangsung mulai Mei sampai dengan Oktober 2017, dilakukan penulis di Toko V2N Style yang beralamat di Metro Indah Mall, Bandung.

3.7 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, Harga 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.