

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian merupakan suatu proses yang berawal dari kemauan atau minat untuk mengetahui permasalahan tertentu dan memberi jawabannya yang selanjutnya berkembang menjadi gagasan, teori, dan konseptualisme. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Penelitian verifikatif 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 penelitian deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap kualitas produk yang dilakukan oleh Ina Cookies.
2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang citra merek yang diberikan oleh Ina Cookies.
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan citra merek Ina Cookies terhadap keputusan pembelian.

Metode verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menghasilkan kesimpulan apakah adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Serta untuk mengetahui besarnya pengaruh antara kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan.

### 3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Ina Cookies terhadap Keputusan Pembelian, maka variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel ( $X_1$ ) yaitu kualitas produk, variabel ( $X_2$ ) yaitu citra merek Ina Cookies, dan variabel ( $Y$ ) yaitu keputusan pembelian. Variabel-variabel tersebut dioperasionalkan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian.

#### 3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan citra merek Ina Cookies ( $X_2$ ). Variabel terikat adalah variabel keputusan pembelian ( $Y$ ). Adapun variabel-variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk ( $X_1$ ) menurut Kotler dan Armstrong (2014:156) adalah "*Product quality is the totality of features and characteristics of a product to satisfy stated or implied needs*".
2. Citra Merek ( $X_2$ ) menurut Kotler dan Armstrong (2014:322) adalah "*The set of belief held about a particular brand is known as brand image*".

3. Keputusan Pembelian (Y) menurut Kotler & Keller (2016:198) adalah  
*“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”*.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional variabel merupakan penjabaran dari konsep serta indikator untuk masing-masing variabel penelitian. Penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) variabel yang akan diteliti yaitu: kualitas produk ( $X_1$ ) dan citra merek Ina Cookies ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas serta keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat. Berikut ini dapat dilihat tabel mengenai konsep dan indikator variabel:

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

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Kualitas Produk ( $X_1$ )  <i>“Product quality is the totality of features and characteristics of a product to satisfy stated or implied needs”</i> Kotler & Armstrong (2014:156)	1. <i>Performance</i>	Karakteristik operasi suatu produk utama, seperti kemudahan dan kenyamanan.	Fungsi utama produk yang ditawarkan.	Ordinal	1
		Kenyamanan produk bagi konsumen.	Kenyamanan bagi konsumen.	Ordinal	2
	2. <i>Durability</i>	Berapa lama produk tersebut dapat digunakan.	Ketahanan produk untuk di konsumsi.	Ordinal	3
		Waktu pembuatan dalam kemasan.	Produk diproduksi setiap hari.	Ordinal	4

Tabel 3.1 (Lanjutan)

	3. <i>Conformance to specification</i>	Sejauh mana karakteristik dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi dari konsumen atau tidak.	Kesesuaian dengan spesifikasi konsumen.	Ordinal	5
		Kesesuaian rasa dan bentuk dengan spesifikasi produk.	Kesesuaian dengan spesifikasi produk.	Ordinal	6
	4. <i>Features</i>	Karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.	Menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.	Ordinal	7
		Logo produk yang menarik perhatian konsumen.	Kemasan yang menarik konsumen.	Ordinal	8
	5. <i>Reliability</i>	Probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.	Ketahanan produk dalam jangka waktu tertentu.	Ordinal	9
		Produk dapat memuaskan hingga jangka waktu lama.	Ketahanan sesuai dengan masa kadaluarsa.	Ordinal	10
	6. <i>Esthetic</i>	Daya tarik produk terhadap panca indera, misalkan model atau desain yang artistic, warna, dan sebagainya.	Desain untuk menarik minat konsumen.	Ordinal	11
		Model atau desain yang artistik, warna, dan sebagainya.	Warna dan bentuk produk yang	Ordinal	12

Tabel 3.1 (Lanjutan)

			menarik konsumen.		
	7. <i>Perceived quality</i>	Citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.	Kesesuaian kualitas produk dan citra merek.	Ordinal	13
		Reputasi produk bagi konsumen.	Produk yang berkualitas.	Ordinal	14
Citra Merek (X <sub>2</sub> )  “The set of belief held about a particular brand is known as brand image” Kotler & Armstrong (2014:322)	1. <i>Recognition</i>	Tingkat dikenalnya sebuah merek oleh konsumen.	Kemudahan dikenal dan diingatnya merek.	Ordinal	1
		Reputasi merek yang baik dan bagus.	Merek yang berkualitas.	Ordinal	2
	2. <i>Reputation</i>	Status yang cukup tinggi karena memiliki <i>track record</i> yang baik.	Kepercayaan dan reputasi merek dimata konsumen.	Ordinal	3
		Menjadi pilihan utama dalam pemilihan kue kering	Prioritas dalam pemilihan merek.	Ordinal	4
	3. <i>Affinity</i>	Suatu emosional relationship yang timbul antara sebuah merek dengan konsumennya.	Kesesuaian merek dengan harapan konsumen.	Ordinal	5
		Merek sudah terkenal kualitasnya.	Ketertarikan akan merek.	Ordinal	6
	4. <i>Domain</i>	Menyangkut seberapa besar <i>scope</i> (jangkauan) dari suatu produk yang mau menggunakan merek yang bersangkutan.	Tingkat jangkauan merek.	Ordinal	7

Tabel 3.1 (Lanjutan)

		Harga jual yang terjangkau.	Tingkat harga yang terjangkau.	Ordinal	8
Keputusan Pembelian (Y)  “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” Kotler & Keller (2016:198)	1. <i>Product choice</i>	Keputusan saat akan membeli sebuah produk.	Adanya kebutuhan akan produk.	Ordinal	1
		Keputusan saat ada produk baru.	Pembelian produk baru.	Ordinal	2
	2. <i>Brand Choice</i>	Merek yang akan dipilih.	Tingkat kepercayaan merek.	Ordinal	3
		Popularitas merek yang beredar.	Tingkat popularitas merek.	Ordinal	4
	3. <i>Dealer choice</i>	Penyalur mana yang akan dikunjungi.	Tingkat ketersediaan	Ordinal	5
		Tersebar nya produk Ina Cookies.	Kemudahan dalam mendapatkan produk.	Ordinal	6
	4. <i>Purchase amount</i>	Seberapa banyak produk yang akan dibeli.	Tingkat kebutuhan produk.	Ordinal	7
		Sering berganti produk yang baru.	Minat akan produk baru tinggi.	Ordinal	8
	5. <i>Purchase timing</i>	Keputusan dalam pemilihan waktu pembelian.	Pembelian berdasarkan waktu pembelian.	Ordinal	9
		Keputusan pembelian dalam jangka panjang.	Berlanggana n dalam membeli produk.	Ordinal	10

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam suatu penelitian perlu ditetapkan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data sesuai yang diharapkan. Adapun pembahasan mengenai populasi dan sampel adalah sebagai berikut:

#### 1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek/subyek penelitian yang dijadikan sumber data dalam penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini berjumlah 1080 orang, definisi ini menerangkan bahwa populasi bukan sekedar jumlah dari objek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi keseluruhan karakteristik dari objek/subyek tersebut.

#### 2. Sampel

Pengambilan sampel penelitian dalam suatu penelitian harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh dan bersifat representatif, artinya dapat mewakili karakteristik dari populasi penelitian secara keseluruhan, atau dapat menggambarkan keadaan sebenarnya. Sampel merupakan sebagian populasi yang dianggap representatif yang diambil dengan teknik tertentu. Penelitian ini mengambil sampel dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) dan penentuan ukuran

sampel tersebut menggunakan rumus Slovin, yang dapat ditunjukkan sebagaiberikut:

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

Dimana: n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan yang ditolerir (10%)

Jumlah populasi 1080 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

$$n = \frac{1080}{1 + (1080)(0,10)^2}$$

=91,52 dibulatkan menjadi 92

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel, sampling yang digunakan adalah *accidental sampling method* atau metode pengambilan sampel dengan memilih siapa yang kebetulan ada atau dijumpai.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini penulis tidak memiliki seluruh populasi akan tetapi akan mengambil sampel yang representatif mengingat keberadaan waktu, biaya, tenaga serta kompleksitas dari populasi. Dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data yang akan dipergunakan dalam penelitian ini diantaranya:

## 1. Penelitian Lapangan

Penulis melakukan penelitian langsung pada objek yang akan diteliti yaitu Ina Cookies. Data yang diambil secara langsung merupakan data primer, data ini diperoleh melalui kegiatan observasi yaitu pengamatan langsung di perusahaan yang menjadi objek penelitian dan mengadakan wawancara dengan pihak manajemen perusahaan serta penyebaran kuesioner kepada responden Ina Cookies. Tujuan penelitian lapangan ini adalah memperoleh data akurat. Adapun data yang diperoleh dengan cara penelitian meliputi:

### a) Wawancara

Wawancara dilakukan untuk melemparkan data dari pengamatan langsung ke lapangan dengan mengadakan tanya jawab kepada objek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah konsumen Ina Cookies.

### b) Angket (Kuesioner)

Pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian dibagikan pada para responden secara langsung sehingga hasil pengisiannya akan lebih jelas dan akurat. Daftar pertanyaan mengenai gambaran umum, perhatian dan pendapat responden mengenai pengaruh kualitas produk dan citra merek Ina Cookies terhadap keputusan pembelian.

### c) Observasi

Metode observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dan gejala-gejala pisis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Dalam

kaitannya dengan penelitian ini penulis langsung terjun ke lapangan menjadi partisipan (observer partisipatif) untuk menemukan dan mendapatkan data yang berkaitan dengan fokus penelitian.

## 2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan (*Library research*) merupakan data sekunder yang datanya diperoleh melalui peninjauan kepustakaan yaitu untuk membandingkan kenyataan di lapangan dengan teori sebenarnya. Data tersebut dikumpulkan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku literatur, jurnal ilmiah, internet, dan sumber-sumber yang relevan dengan yang diteliti. Data sekunder merupakan data yang diambil secara tidak langsung yang merupakan data yang telah diolah perusahaan, yaitu berbagai referensi buku, makalah, materi perkuliahan yang berhubungan dengan objek data baik yang akan diteliti oleh penulis. Untuk memperoleh data sekunder, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

### a) Jurnal Penelitian

Jurnal penelitian adalah penelaahan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan secara ilmiah. Jurnal yang digunakan dalam penelitian ini jurnal administrasi bisnis, jurnal sosial dan politik, serta jurnal ekonomi dan bisnis.

### b) Internet

Mengumpulkan data dengan mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan penelitian yang dipublikasikan melalui internet baik yang berbentuk jurnal, karya ilmiah, ataupun makalah.

### 3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Analisis dan uji hipotesis merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Pengolahan data dilakukan dengan cara data yang telah dikumpulkan, diolah dan disajikan dalam bentuk tabel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert didalam kuesioner. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert yang diukur, kemudian dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang berupa pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai skor mulai dari angka 5-4-3-2-1, berikut ini adalah kriteria penilaian yang digunakan pada Skala Likert:

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

<b>Jawaban Pertanyaan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2014:133)

Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Mengacu pada ketentuan tersebut, maka dilakukan pengolahan data yaitu kuesioner, disajikan dalam bentuk tabel dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden kemudian skor tersebut digunakan untuk menghitung validitasnya dan realibitasnya.

### 3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Variabel penelitian ini mengenai kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian.

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskriptifkan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dari variabel penelitian. Penelitian ini 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 penelitian untuk setiap item pertanyaan. Hasil penghimpunan data mengenai tanggapan responden tersebut kemudian dicari kedudukan kriterianya dari skor yang didapat berdasarkan hasil rekapitulasi skor. Untuk mengetahui kriteria dari kedudukan seluruh dimensi pada seluruh variabel penelitian dibutuhkan skala kriterium melalui tahapana sebagai berikut:

1. Mencari Skor Maksimal atau Skor Ideal dan Skor Minimal

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Butir Item} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Minimal} = \text{Skor Terendah} \times \text{Jumlah Butir Item} \times \text{Jumlah Responden}$$

2. Mencari Interval dan Panjang Interval Kelas

$$\text{Interval} = \text{Skor Ideal} - \text{Skor Minimal}$$

$$\text{Panjang Interval} = \text{Interval} : \text{Banyak Kelas Interval}$$

Untuk menentukan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dan skor ideal. Untuk mendapatkan

kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor jawaban yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini:

$$\begin{aligned} \text{Skor minimum} &= 1 \\ \text{Skor maksimum} &= \\ \text{Lebar skala} &= \frac{5 - 1}{5} = 0,8 \end{aligned}$$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

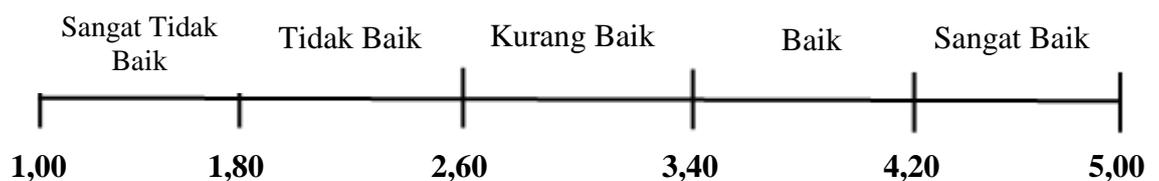
**Tabel 3.3**  
**Kategori Skala**

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Rendah
1,81	2,60	Rendah
2,61	3,40	Sedang
3,41	4,20	Tinggi
4,21	5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2014)

Berikut adalah garis kontinum yang digunakan untuk memudahkan peneliti melihat kategori penilaian mengenai variabel yang diteliti.

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



Sumber: Sugiyono (2014)

### 3.5.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk menguji teori dan penelitian untuk mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Dengan metode ini

peneliti bermaksud mengumpulkan data historis dan mengamati secara seksama mengenai aspek-aspek tertentu yang berkaitan erat dengan masalah yang diteliti sehingga akan diperoleh data-data yang menunjang penyusunan laporan penelitian. Data yang diperoleh tersebut kemudian diproses, dianalisis lebih lanjut dengan dasar-dasar teori yang telah dipelajari sehingga memperoleh gambaran mengenai objek tersebut dan dapat ditarik kesimpulan mengenai masalah yang akan diteliti.

### 3.5.3 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah kuesioner. Untuk mencari validitas, harus mengkorelasikan skor dari setiap pertanyaan dengan skor total seluruh pertanyaan. Jika memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 maka dinyatakan valid tetapi jika koefisiennya korelasinya dibawah 0,3 maka dinyatakan tidak valid. Dalam mencari nilai korelasi, maka penulis menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, dengan rumus 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

$\Sigma X$  : Jumlah skor pertanyaan

$\Sigma Y$  : Jumlah skor total

$n$  : Jumlah responden

Dasar pengambilan keputusan:

- a) Jika positif, serta  $t$  hitung  $>$   $t$  table maka item pertanyaan tersebut valid.
- b) Jika  $r$  tidak positif, serta  $t$  hitung  $<$  0.30 maka item pertanyaan tersebut.

Atau nilai probabilitas (sig) lebih kecil dari  $\alpha$  maka item tersebut valid.

### 3.5.4 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014:121) hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Kalau dalam objek penelitian kemarin berwarna merah, maka sekarang dan besok tetap berwarna merah. Metode yang digunakan adalah *Split Half*, dimana instrument dibagi menjadi dua kelompok.

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

Keterangan:

$r_{AB}$  = Korelasi Pearson Product Moment

$\sum A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$  = Jumlah kuadrat skor belahan ganjil

$\sum B^2$  = Jumlah kuadrat skor belahan genap

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

Apabila korelasi 0,7 atau lebih maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup tinggi, namun sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel.

Kemudian koefisien korelasinya dimasukan kedalam rumus Spearman Brown:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

$r_b$  = Korelasi product moment antara belahan pertama dan kedua batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah di dapat nilai reliabilitas ( $r_{hitung}$ ) maka nilai tersebut dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

Bila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ : Instrument tersebut dikatakan reliabel.

Bila  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ : Instrument tersebut dikatakan tidak reliabel.

### 3.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh atau hubungan secara simultan (bersama-sama) dua variabel bebas (variabel independen/ X) atau lebih yang terdiri dari X1 kualitas produk dan X2 citra merek, dengan variabel terikat (variabel dependen/ Y) yaitu keputusan pembelian. Berikut ini persamaan dari regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan pembelian (variabel dependen)

a = Konstanta

b = koefisien peningkatan Y jika ada peningkatan satu satuan Xi

X1 = Kualitas produk

X2 = Citra merek

e = Standar error / variabel pengganggu

Setelah diperoleh nilai koefisien regresi berganda, selanjutnya adalah menghitung korelasi berganda 2 prediktor yang terdiri dari kualitas produk (X1), citra merek (X2), lalu menghitung koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) kemudian menguji signifikansi koefisien korelasi ganda.

Setelah harga  $F_{hitung}$  diketahui, selanjutnya adalah membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  atau melihat signifikansi pada output SPSS. Untuk dk pembilang = m dan dk penyebut adalah (N – m – 1). Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka koefisien korelasi ganda yang diuji signifikan, yaitu dapat diberlakukan ke populasi dengan taraf kesalahan ( $\alpha$ ) = 10%.

### 3.5.6 Analisis Korelasi Berganda

Uji ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana derajat kekuatan hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu

variabel dengan variabel lain yakni variabel X terhadap variabel Y. Rumus untuk mencari koefisien korelasi product moment 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 Product Moment

X = Variabel Independen

Y = Variabel Dependen

n = Jumlah Sampel

Untuk bentuk/ arah hubungan, nilai koefisien korelasinya dinyatakan dalam positif (+) dan negatif (-) atau ( $-1 \leq Kk \leq +1$ ) dengan asumsi:

- a) Jika koefisien korelasi bernilai positif maka variabel-variabel berkorelasi positif, artinya jika variabel yang satu naik/ turun maka variabel yang lainnya juga naik/ turun. Semakin dekat nilai koefisien korelasi ke +1 semakin kuat korelasi positifnya.
- b) Jika koefisien korelasi bernilai negatif maka variabel-variabel berkorelasi negatif, artinya jika variabel yang satu naik/ turun maka variabel lainnya juga naik/ turun. Semakin dekat nilai korelasi ke -1 semakin kuat korelasi negatifnya.
- c) Jika koefisien korelasi bernilai (0) nol maka variabel tidak menunjukkan korelasi.

Kemudian untuk mengetahui suatu pengaruh kuat atau tidaknya maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini dimana angka korelasi berkisar antara -1 s/d

+1. Semakin mendekati 1 maka korelasi semakin mendekati sempurna.

Interpretasi angka korelasi (Sugiyono, 2014: 250) adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Tinggi
0,80 – 1,00	Sangat tinggi

Sumber: Sugioyo (2014:250)

### 3.5.7 Koefisien Determinasi

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi yang digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel (Y) yang merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi. Koefisien determinasi adalah suatu ukuran kesesuaian garis regresi sampel terhadap data digunakan untuk melihat besarnya pengaruh  $X_1$ (kualitas produk),  $X_2$  (citra merek), terhadap Y (keputusan pembelian) dan dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Persamaan untuk mengetahui koefisien determinasi secara bersama-sama (simultan) persamaannya adalah sebagai berikut:

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

Dimana: Kd = Koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien korelasi

Nilai koefisien determinasi (Kd) yakni antara 0 sampai 1 ( $0 \leq Kd \leq 1$ ).

- a) Jika nilai  $K_d = 0$  berarti tidak ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
- b) Jika nilai  $K_d = 1$  berarti variasi (naik/ turunnya) variabel dependen (Y) adalah 100% dipengaruhi oleh variabel independen (X).
- c) Jika nilai  $K_d$  berada diantara 0 dan 1 ( $0 \leq K_d \leq 1$ ) maka besarnya pengaruh variabel independen terhadap variasi (naik/ turunnya) variabel dependen adalah sesuai dengan nilai  $K_d$  itu sendiri, dan selebihnya berasal dari faktor-faktor lain.

### 3.5.8 *Successive Internal Method (SIM)*

Data yang diperoleh dari hasil angket dengan mempergunakan skala likert (tingkat skala pengukuran ordinal) diolah dengan mempergunakan analisis korelasi product moment, yang mensyaratkan penggunaan data skala minimal interval. Data yang diperoleh dari hasil angket yang berskala ordinal tersebut dinaikan skala pengukuran interval dengan metode *successive interval*. Langkah-langkah mentransformasikan data ordinal ke data interval sebagai berikut:

1. Pertama perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebarkan.
2. Pada setiap butir ditentukan berapa orang yang mendapat skor 1,2,3,4, dan 5 yang disebut frekuensi.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.

4. Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor.
5. Gunakan tabel distribusi normal, hitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
6. Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap nilai Z yang diperoleh (dengan menggunakan tabel tinggi densitas).

$$f(x) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{1}{2}z^2}$$

7. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

*Density at Lower Limit* : Kepadatan Batas Bawah

*Density at Upper Limit* : Kepadatan Batas Atas

*Area Below Upper Limit* : Daerah di Bawah Batas Atas

*Area Below Lower Limit* : Daerah di Bawah Batas Bawah

8. Tentukan Nilai transformasi dengan rumus:

$$Y = NS + [1 + |NS_{\min}|]$$

Dimana  $|NS_{\min}|$  adalah harga mutlak NS yang paling kecil dan skor yang tersedia.

### 3.5.9 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji hipotesis dengan hitung t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh signifikan atau tidak dengan variabel terikatnya secara

individu untuk setiap variabel. Rumus hipotesis dalam pengujian t hitung adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis
  - a. Uji t untuk variabel Penetapan Harga
    - $H_0 : \beta_1 = 0$ , Penetapan harga tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap citra perusahaan di Ina Cookies Jl. Bojong Koneng Atas no. 8 Cikutra Bandung.
    - $H_a : \beta_1 \neq 0$ , Penetapan harga memiliki pengaruh signifikansi secara parsial terhadap citra perusahaan di Ina Cookies Jl. Bojong Koneng Atas no. 8 Cikutra Bandung.
  - a. Uji t untuk variabel Kepuasan Pelanggan
    - $H_0 : \beta_2 = 0$ , Kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap citra perusahaan di Ina Cookies Jl. Bojong Koneng Atas no. 8 Cikutra Bandung.
    - $H_a : \beta_2 \neq 0$ , Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikansi secara parsial terhadap citra perusahaan di Ina Cookies Jl. Bojong Koneng Atas no. 8 Cikutra Bandung.
2. Kriteria Pengujian
  - a. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
  - b. Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### **3.6 Rancangan Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Adapun bentuk kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Closed Question* (pertanyaan tertutup). Maksudnya adalah pertanyaan yang diajukan kepada responden yang telah disediakan pilihan jawabannya, dengan berpedoman kepada skala Likert dimana setiap jawaban atas pernyataan positif akan diberikan skor dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Kurang Setuju (KS) diberi skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor

### **3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan oleh penulis dengan rincian sebagai berikut:

Nama Perusahaan : Ina Cookies Bandung.

Alamat Perusahaan : Jl. Bojong Koneng Atas No.8b

Waktu Penelitian : 1 Juni 2018 – 1 September 2018