

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat didalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Menurut Sugiyono (2018:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian yang menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Menurut Sugiyono (2017:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih. Melalui penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi dari rumusan masalah yaitu mengenai tanggapan konsumen atas kualitas produk, harga dan keputusan pembelian busana muslim Elzatta serta dampaknya terhadap kepuasan konsumen bagi konsumen busana muslim Elzatta di wilayah Bandung.

Selain penelitian deskriptif, penulis pun menggunakan penelitian verifikatif. Metode verifikatif metode memperlihatkan pengaruh dari variabel-variabel yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. 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 (2017:11). Penelitian verifikatif digunakan untuk menjawab perumusan masalah nomor empat, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian serta dampaknya terhadap kepuasan konsumen pada konsumen busana muslim Elzatta di wilayah Bandung baik secara parsial maupun secara simultan.

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 pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan untuk dipelajari oleh peneliti sehingga

diperoleh informasi tentang hal tersebut sebagai upaya untuk memberikan solusi pada permasalahan. Variabel penelitian menurut Sugiyono (2018:38) 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.

Variabel penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu variabel bebas (*independen*) variabel terikat (*dependen*) dan variabel antara (*intervening*). Menurut Sugiyono (2018:39) variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*), yang disimbolkan dengan simbol (X). Kemudian variabel terikat (*dependen*) menurut Sugiyono (2018:39) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, yang disimbolkan dengan simbol (Z). Serta variabel antara (*intervening*) menurut Sugiyono (2018:40) adalah variabel yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen secara tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen, yang disimbolkan dengan simbol (Y).

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel, yang menjadi variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) kemudian Keputusan Pembelian (Y) merupakan variabel antara/intervening, dan Kepuasan Konsumen (Z) merupakan variabel terikat. Variabel-variabel tersebut dapat didefinisikan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X_1)

Kotler dan Armstrong (2015:253) mendefinisikan kualitas produk sebagai berikut: “*Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*”.

2. Harga (X_2)

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:312) mendefinisikan harga sebagai berikut: *“The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service”*.

3. Keputusan Pembelian (Y)

Kotler & Keller (2016:192) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai berikut: *“ 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.*

4. Kepuasan Konsumen (Z)

Kotler dan Keller (2016:153) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai berikut: *“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations”*.

3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan indikator yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Berdasarkan pengertian-pengertian keempat 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 halaman berikut ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Produk (X ₁) “ <i>Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs</i> ”. Kotler dan Armstrong (2015:253)	Bentuk (<i>form</i>)	Ukuran produk	Tingkat ukuran produk	Interval
		Daya tarik motif produk	Tingkat motif produk	
		Daya tarik model produk	Tingkat model produk	
	Fitur (<i>Features</i>)	Karakteristik dan keragaman pilihan tipe produk	Tingkat keragaman produk busana muslim Elzatta	Interval
	Kinerja (<i>Perfomance</i>)	Material utama produk Elzatta	Tingkat material utama produk busana muslim Elzatta	Interval
	Kesan Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	Berkaitan dengan perasaan konsumen dalam mengkonsumsi produk Elzatta	Tingkat daya tarik menggunakan produk muslim Elzatta	Interval
	Ketahanan (<i>Durability</i>)	Daya Tahan Produk	Tingkat daya tahan produk busana muslim Elzatta	Interval
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Kehandalan produk	Tingkat kenyamanan produk busana muslim Elzatta	Interval
Kemudahan perbaikan (<i>Repairabilit</i>	Daya tarik pemberian garansi di	Tingkat produk Elzatta	Interval	

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
	y)	setiap produk Elzatta		
	Gaya (<i>style</i>)	Daya tarik penampilan produk yang dirasakan pembeli	Tingkat penampilan produk yang dirasakan pembeli	Interval
	Desain (<i>design</i>) Kotler (2016:8)	Totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan konsumen	Tingkat Totalitas fitur dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan konsumen	Interval
Harga (X ₂) <i>“The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service”.</i>	Keterjangkauan Harga	Harga yang ditawarkan terjangkau	Tingkat keterjangkauan harga	Interval
	Kesesuaian Harga	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	Interval
	Daya saing harga	Terdapat potongan harga produk	Tingkat potongan harga produk	Interval
Kotler dan Armstrong (2015:312)	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan manfaat yang diterima	Tingkat harga sesuai dengan manfaat	Interval
	Fandy Tjiptono (2015:156)			

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Keputusan Pembelian Konsumen (Y) <i>“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations”.</i> Kotler & Keller (2016:192)	Pemilihan produk	Keputusan pembelian konsumen berdasarkan produk	Tingkat keputusan pembelian konsumen berdasarkan produk	Interval
	Pemilihan merek	Keputusan pembelian berdasarkan merek	Tingkat keputusan pembelian konsumen berdasarkan merek	Interval
	Pilihan Penyalur	Keputusan pembelian berdasarkan tempat	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan tempat	Interval
	Waktu pembelian	Frekuensi	Tingkat frekuensi	Interval
	Jumlah pembelian	Keputusan pembelian berdasarkan jumlah kebutuhan produk	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan jumlah kebutuhan produk	Interval
	Metode Pembayaran	Keputusan pembelian berdasarkan alat pembayaran yang disediakan	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan alat pembayaran yang disediakan	Interval
Kepuasan	Kinerja	Kepuasan	Tingkat	Interval

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
<p>Konsumen (Z)</p> <p><i>“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations”.</i></p> <p>Kotler dan Keller (2016:153)</p>		pada kualitas produk Elzatta	kepuasan konsumen pada kualitas produk Elzatta	
		Kepuasan pada harga produk Elzatta	Tingkat Kepuasan Pada Harga produk Elzatta	Interval
		Kepuasan pada lokasi toko Elzatta	Tingkat kepuasan pada lokasi toko Elzatta	Interval
		Kepuasan pada promosi yang ditawarkan	Tingkat kepuasan pada promosi yang ditawarkan	Interval
		Kepuasan pada pelayanan	Tingkat kepuasan pada pelayanan yang diberikan	Interval
		Kepuasan pada Kinerja Karyawan	Tingkat kepuasan pada kinerja karyawan	Interval
		Kepuasan pada kenyamanan	Tingkat kepuasan pada kenyamanan yang diberikan	Interval
	Harapan	Harapan pada Produk	Tingkat kesesuaian harapan pada produk	Interval
		Harapan pada harga produk Elzatta	Tingkat kesesuaian harapan pada harga produk	Interval
		Harapan	Tingkat	Interval

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
	Fandy Tjiptono (2015:212)	pada lokasi/Toko Elzatta	kesesuaian harapan padalokasi/toko Elzatta	
		Harapan pada promosi yang ditawarkan	Tingkat kesesuaian harapan pada promosi Elzatta	Interval
		Harapan pada pelayanan	Tingkat kesesuaian harapan pada pelayanan yang diberikan kepada konsumen Elzatta	Interval
		Harapan pada Kinerja karyawan	Tingkat kesesuaian harapan pada kinerja karyawan	Interval
		Harapan pada kenyamanan saat berbelanja	Tingkat kesesuaian harapan pada kenyamanan saat berbelanja di toko Elzatta	Interval

Sumber diolah Penulis 2017

Instrumen penelitian yang digunakan adalah daftar pertanyaan kuesioner yang di transformasi dari pra penelitian kemudian disusun berdasarkan indikator-indikator yang dijabarkan dalam tabel operasionelisasi variabel.

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam setiap penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus

diteliti, sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi maka peneliti dapat melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah penelitian ada yang disebut sampel, yaitu bagian dari populasi. Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen atau anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian (Juliansyah Noor, 2012:147). Adapun besarnya populasi dan sampel yang diambil dalam penelitian ini akan dijelaskan pada bagian dibawah ini sebagai berikut:

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2018:80). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen busana muslim Elzatta di Sukaraja tahun 2017 yang berjumlah 12.599 pengunjung.

Tabel 3.2
Data Pengunjung Outlet Elzatta Tahun 2017

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	808
2	Februari	981
3	Maret	997
4	April	977
5	Mei	1208
6	Juni	2517
7	Juli	1281
8	Agustus	1125
9	September	998
10	Oktober	896
11	November	902
12	Desember	882
Jumlah		12.599
Rata-rata		1.049

Sumber : Elzatta Sukaraja

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 dilakukan karena keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi dana, waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul-betul dapat mewakili populasi. Anggota sampel yang tepat digunakan menurut Sugiyono (2018:81) 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 pengunjung outlet busana muslim di Elzatta Sukaraja.

Jumlah anggota sampel yang tepat digunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang diinginkan. Semakin besar tingkat kesalahan, maka semakin kecil jumlah sampel yang digunakan dan sebaliknya semakin kecil tingkat kesalahan, maka semakin besar jumlah sampel yang digunakan. Sampel tersebut diambil dari populasi dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Penentuan ukuran sampel responden menggunakan rumus Slovin, yang ditunjukkan sebagai berikut :

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

Dimana : n = Ukuran sampel
N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

$$\begin{aligned} \text{Rumus : } n &= \frac{1.049}{1+ 1.049 (0,1)^2} \\ &= \frac{1.049}{11,49} \\ &= 91.296 > 92 \text{ Orang} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 92 orang pengunjung dengan batasan toleransi kesalahan 10%. Jumlah pengunjung tersebut akan dijadikan sebagai ukuran sampel penelitian di busana muslim Elzatta Sukaraja.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiono (2018:81) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan.

Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok, yaitu probability sampling dan non probability sampling. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability* Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, sampling insidental, purposive sampling, sampling jenuh, dan *snow ball sampling*. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan sampling

insidental, menurut Sugiyono (2018:85) “*sampling insidental* 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”.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data yang dilakukan peneliti pada penelitian ini yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden penelitian. Peneliti tidak perlu memberikan instruksi secara langsung kepada responden penelitian, karena pada kuesioner telah dicantumkan penjelasan cara pengisian kuesioner, sehingga diasumsikan bahwa responden penelitian dapat memahami cara pengisian kuesioner yang benar.

Selain itu, untuk mendapatkan data yang diperlukan guna menunjang penelitian maka dibutuhkan beberapa teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini dapat dikumpulkan teknik-teknik sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari :

a. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan responden ataupun pihak perusahaan dengan tujuan memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti di lokasi penelitian yaitu di Elzatta.

b. Kuesioner

Kuesioner ini akan dibagikan kepada responden dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti secara berstruktur yang dianggap perlu.

c. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2018:145).

2. Studi kepustakaan (*library research*)

Dengan studi kepustakaan peneliti berusaha untuk memperoleh berbagai informasi sebanyak-banyaknya untuk dijadikan sebagai dasar teori dan acuan dalam mengolah data, dengan cara membaca, mempelajari, menelaah dan mengkaji literatur-literatur berupa buku-buku, jurnal, makalah, dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Peneliti juga berusaha mengumpulkan, mempelajari, dan menelaah data-data sekunder yang berhubungan dengan objek yang akan penulis teliti.

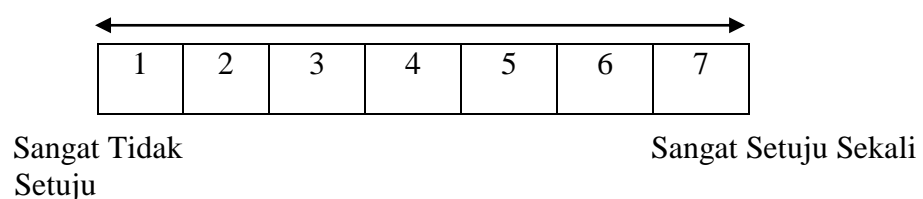
3.5. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Instrumen penelitian yang lazim digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian.

Instrumen penelitian dalam metode kuesioner hendaknya disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah dijabarkan dalam tabel operasionalisasi variabel sehingga masing-masing pertanyaan yang akan diajukan kepada setiap responden dapat terukur. Data yang telah dijabarkan dalam tabel operasionalisasi variabel yang bersifat kualitatif akan diubah menjadi bentuk kuantitatif dengan pendekatan analisis statistik. Adapun teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah teknik Semantic Defferensial.

Dalam hal ini penulis menggunakan kuesioner tertutup atau jawaban sudah ditentukan terlebih dahulu dan responden tidak diberikan alternatif jawaban lain. Indikator-indikator untuk keempat variabel kemudian dijabarkan oleh penulis menjadi sejumlah pertanyaan-pertanyaan sehingga di peroleh data primer.

Teknik pemberian skor dalam semantic defferensial ini mengacu pada pernyataan yang dibuat oleh Sugiyono (2018:97), yaitu :“Skala ini juga digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun *checklist*, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban “sangat positif” terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang “sangat negatif” terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval, dan biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap/karakteristik tertentu yang dipunyai oleh seseorang”. Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan skala semantik diferensial adalah data interval. Berikut merupakan penggunaan skala semantik diferensial :



Gambar 3.1
Skala Semantik Diferensial

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui penggunaan skala sematik diferensial menghasilkan jawaban pertanyaan berupa kecenderungan dimana apabila responden menjawab 1-4 maka responden dikatakan cenderung negative atau cenderung tidak setuju, 5-7 maka responden menjawab cenderung positif atau cenderung setuju. Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, alat pengukuran tersebut yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pemberian pertanyaan-pertanyaan kepada responden untuk membantu menulis melakukan penelitian. Untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian, yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sugiyono (2018:121) mengemukakan bahwa: “Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Untuk menguji validitas pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Jika koefisien korelasinya sama atau di atas 0,30 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya kurang dari 0,30 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus *Pearson Product Moment* berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Sumber : Sugiyono (2018:241)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi

$\sum x_i$ = Jumlah Skor Item

$\sum y_i$ = Jumlah Skor total (seluruh item)

n = Jumlah Responden

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Sugiyono (2018:122) menyatakan penelitian yang reliabel adalah: "...bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda".

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*, Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap. Sugiyono (2018:135).

3.6. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah hal yang terpenting dalam sebuah penelitian dan penentuannya berdasarkan jenis penelitian yang dilakukan. Metode analisis data sangat mempengaruhi hasil penelitian. Jika metode yang digunakan sesuai dengan obyek penelitian, maka hasilnya akan dapat diterima. Menurut Sugiyono (2018:147) yang dimaksud teknik analisis data adalah:

“Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah : mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan”.

Analisis data yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk menilai karakteristik dari sebuah data. Menurut Sugiyono (2018:147) analisis deskriptif adalah: “Menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Analisis data merupakan penyederhanaan data kedalam bentuk yang mudah dipahami, dibaca dan diinterpretasikan. Dalam menentukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya dapat dipergunakan. Metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk mendapatkan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan mengenai indikator-indikator dalam variabel yang ada pada penelitian. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara

menyebarkan kuesioner, dimana yang diteliti adalah sampel yang telah ditentukan sebelumnya yaitu kepada konsumen busana muslim Elzatta. Membagikan daftar kuesioner ke bagian-bagian yang telah ditetapkan, dengan tujuan mendapatkan keakuratan informasi yang diinginkan.

Dalam melakukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya dapat dipergunakan. Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner, dimana yang diteliti adalah sampel yang telah ditentukan sebelumnya langkah-langkah yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Membuat pertanyaan atau kuesioner dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan yang akan diberikan kepada responden, yaitu konsumen busana muslim Elzatta.
2. Membagikan daftar kuesioner, dengan tujuan mendapatkan keakuratan informasi yang diinginkan.
3. Mengumpulkan jawaban atas kuesioner yang telah diisi oleh responden dikumpulkan oleh peneliti untuk dapat diolah menjadi data yang dapat diinformasikan.
4. Memberikan skor atas jawaban pemberian responden, setiap item dari kuesioner dengan rentang nilai 1 sampai 7 pada masing-masing pernyataan.
5. Membuat tabulasi jawaban responden atas kuesioner.
6. Melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap setiap pertanyaan kuesioner.
7. Membandingkan total skor setiap variabel dengan kriteria variabel.

Menentukan kriteria kesimpulan untuk masing-masing variabel dalam menilai variabel kualitas produk, variabel harga, kepuasan konsumen dan variabel

kepercayaan konsumen, maka analisis yang digunakan berdasarkan rata-rata (*Mean*) dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata ini didapat dengan menjumlahkan data keseluruhan dalam setiap variabel, kemudian dibagi dengan jumlah responden. Untuk menghitung rata-rata masing-masing variabel dapat menggunakan rumus dari Husein Umar (2011:130) yaitu :

$$\text{Nilai rata-rata} = \frac{\sum (\text{frekuensi} * \text{bobot})}{\sum \text{sampel} (n)}$$

Setelah rata-rata skor dihitung, maka untuk mengkategorikan mengklasifikasikan kecenderungan jawaban responden kedalam skala dengan formulasi sebagai berikut :

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 7

$$\text{Lebar Skala} = \frac{7-1}{7} = 0,85$$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

Tabel 3.3
Tafsiran Nilai Rata-rata

Interval	Kriteria
1,00 - 1,85	Sangat tidak setuju /sangat rendah
1,86 - 2,71	Tidak setuju /rendah
2,72 - 3,57	Kurang setuju / kurang tinggi
3,58 - 4,43	Cukup setuju /cukup tinggi
4,44 - 5,29	Setuju /tinggi
5,30 - 6,15	Sangat setuju /sangat tinggi
6,16 - 7,00	Sangat setuju sekali/sangat tinggi sekali

Sumber: Data Diolah (2017)

8. Membuat kesimpulan setiap variabel.

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran hipotesis yang berarti menguji kebenaran teori yang sudah ada, yaitu dengan menganalisis:

1. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Busana Muslim Elzatta.
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen Busana Muslim Elzatta

Metode analisis verifikatif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis utama yang dilakukan adalah untuk menguji konstruk jalur apakah teruji secara empiris atau tidak. Analisis selanjutnya dilakukan untuk mencari pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat. Selain itu analisis jalur merupakan suatu tipe analisis multivariate untuk mempelajari efek-efek langsung dan tidak langsung dari sejumlah variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel sebab terhadap variabel lainnya yang disebut variabel akibat. Hubungan kausalitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teori. Data dalam penelitian ini akan diolah dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS).

3.6.3 Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Ghozali (2013:249), menyatakan bahwa: “Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori”.

Analisis jalur sendiri tidak menentukan hubungan sebab-akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Hubungan kausalitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teoritis. Apa yang dilakukan oleh analisis jalur adalah menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner.

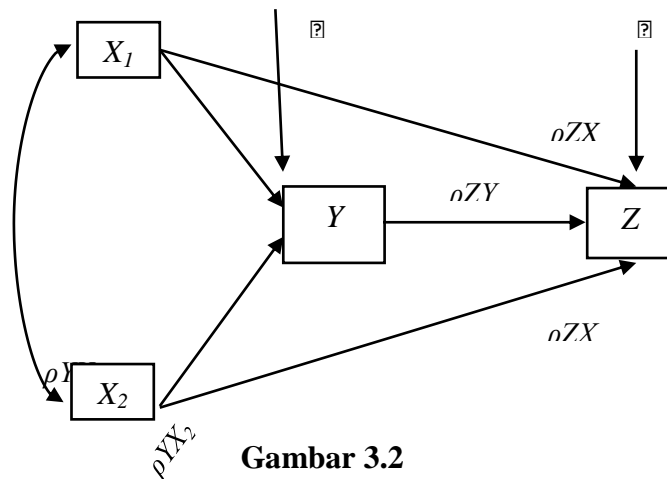
3.6.3.1. Diagram Jalur dan Persamaan Struktural

Dalam analisis jalur sebelum peneliti melakukan analisis suatu penelitian, terlebih dahulu peneliti membuat diagram jalur yang digunakan untuk mempresentasikan permasalahan dalam bentuk gambar dan menentukan persamaan struktural yang menyatakan hubungan antar variabel pada diagram jalur tersebut.

Juliansyah Noor (2014:81) menyatakan bahwa: “Diagram jalur dapat digunakan untuk menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel Independen terhadap suatu variabel dependen. Pengaruh-pengaruh itu tercermin dalam apa yang disebut dengan koefisien jalur, dimana secara matematik analisis jalur mengikuti mode struktural”.

a. Diagram Jalur

Langkah pertama dalam analisis jalur adalah merancang diagram jalur sesuai dengan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian. Berdasarkan judul penelitian, maka model analisis jalur dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



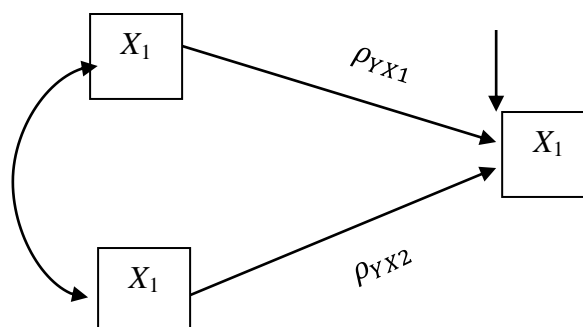
Gambar 3.2
Diagram Jalur

b. Persamaan Struktural

Menurut Juliansyah Noor (2014:84) persamaan struktural adalah: “Persamaan struktural adalah persamaan yang menyatakan hubungan antarvariabel pada diagram jalur yang ada”.

Berdasarkan diagram jalur pada Gambar 3.2 di atas, dapat diformulasikan ke dalam bentuk persamaan struktural, yaitu:

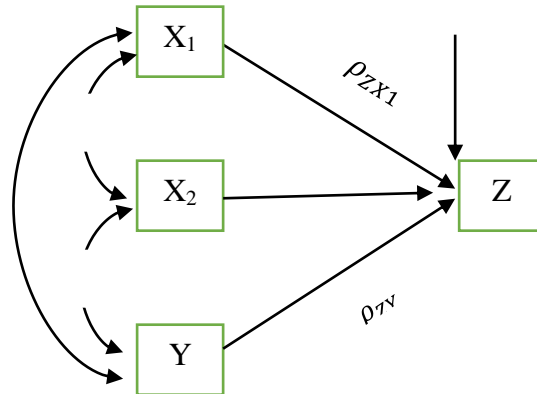
Persamaan jalur sub struktur pertama:



$$Y = \rho_{YX_1} X_1 + \rho_{YX_2} X_2 + \varepsilon_1$$

Gambar 3.3
Sub Struktur Pertama : Diagram Jalur X_1 dan X_2 terhadap Y

Persamaan jalur substruktur ke-dua:



$$Z = \rho_{ZX_1} X_1 + \rho_{ZX_2} X_2 + \rho_{ZY} Y + \varepsilon_2$$

Gambar 3.4
Sub Struktur Ke-dua : Diagram Jalur X_1 , X_2 dan Y terhadap Z

Keterangan:

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

Y = Keputusan Pembelian

Z = Kepuasan Konsumen

$\rho_{YX_1} X_1$ = Koefisien Jalur Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

$\rho_{YX_2} X_2$ = Koefisien Jalur Harga terhadap Keputusan Pembelian

ε_1 = Faktor lain yang mempengaruhi Pengungkapan Keputusan Pembelian

$\rho_{ZX_1} X_1$ = Koefisien Jalur Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

$\rho_{ZX_2} X_2$ = Koefisien Jalur Harga terhadap Kepuasan Konsumen

ρ_{ZY} = Koefisien Jalur Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen

ϵ_2 = Faktor lain yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

3.6.3.2. Koefisien Jalur

Untuk memperoleh nilai koefisien jalur dari masing-masing variabel Independen, terlebih dahulu dihitung korelasi antar variabel menggunakan rumus korelasi Pearson Product Moment sebagai berikut:

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

Nilai korelasi yang diperoleh dapat diinterpretasikan dengan berpedoman pada tabel berikut:

Tabel 3.4
Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	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 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2018:184)

Setelah koefisien korelasi antar variabel dihitung, selanjutnya dihitung koefisien jalur. Adapun langkah-langkah manual yang dilakukan dalam analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. Membuat matriks korelasi antar variabel Independen dan dependen yaitu:

$$R_1 = \begin{matrix} 1 & r_{x_1x_2} \\ r_{x_2x_1} & 1 \end{matrix} \text{ dan } R_{x_iy} = \begin{matrix} r_{x_1y} \\ r_{x_2y} \end{matrix}$$

2. Menghitung matriks Invers korelasi untuk variabel independen (R_1^{-1}), yaitu:

$$R_1^{-1} = \begin{matrix} C_{11} & C_{12} \\ C_{21} & C_{22} \end{matrix}$$

3. Menghitung Koefisien jalur P_{YX_i} ($i = 1,2$), dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{YX_i} = \frac{-(CR_{YX_i})}{CR_{YY}}$$

Keterangan:

P_{X_iY} : Merupakan koefisien jalur dan dari variabel X_i terhadap variabel Y

CR_{YX_i} : Unsur atau elemen pada baris ke-Y dan kolom ke- X_i dari matriks invers

CR_{YY} : Unsur atau elemen pada baris Y dan kolom Y dari matriks invers

4. Menghitung $R^2_{y \ x_1x_2}$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1X_2 terhadap Y, dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2_{YX_1 \dots X_k} = 1 - \frac{1}{CR_{YY}} = \sum_1^k P_{YX_i} r_{YX_i}$$

5. Menghitung $P_{Y\varepsilon}$ berdasarkan rumus:

$$P_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{y \ x_1x_2}}$$

Setelah koefisien jalur dihitung selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan variabel independen yang sedang diteliti berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Namun, karena kerumitan dalam perhitungan koefisien jalur peneliti menggunakan bantuan *software* SPSS 23 (*Statistical Package for Social Science*).

3.6.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen kepada variabel dependen. Dalam pengujian hipotesis ini, peneliti menetapkan dengan menggunakan uji signifikan, dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

Hipotesis nol (H_0) adalah suatu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen sedangkan hipotesis alternatif (H_a) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan secara simultan (uji F) maupun secara parsial (uji t).

3.6.4.1. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F untuk mengetahui semua variabel independen maupun menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F . Uji F didefinisikan dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{n-k-1}{k} \frac{x R_{YX_1X_2}^2}{(1 - R_{YX_1X_2}^2)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi X_1, X_2, Y

n = Jumlah Observasi

k = Banyaknya Variabel

Setelah mendapatkan nilai F_{hitung} ini, kemudian dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 atau 5%.

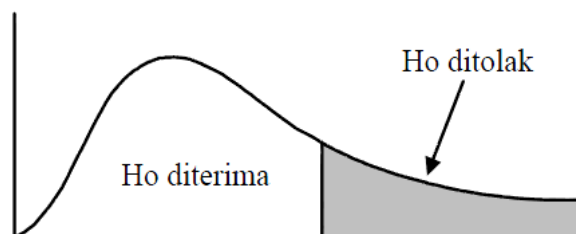
Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

Ho ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Ho diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Jika angka signifikan $\geq 0,05$, maka H_0 tidak ditolak.

Jika angka signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak.



Gambar 3.5
Daerah Penolakan Hipotesis

Kemudian akan diketahui hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau tidak, adapun hipotesis secara simultan adalah:

1. $H_0: \rho_{yx}i_{1-2} = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

$H_a: \rho_{yx}i_{1-2} \neq 0$: Terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

2. $H_0: \rho_{zx}i_{1-2} = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Konsumen.

$H_a: \rho_{zx}i_{1-2} \neq 0$: Terdapat pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Konsumen.

Bila H_0 diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dinyatakan tidak signifikan dan sebaliknya jika H_0 ditolak menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dinyatakan signifikan.

3.6.4.2. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji statistik t disebut juga uji signifikan individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan.

Rumus untuk uji t sebagai berikut:

$$t_i = \frac{\rho_{YX_i}}{\frac{1 - R_{Y(X_1 X_2)}^2 \times CR_{ii}}{(n - k - 1)}}$$

Keterangan:

ρ_{YX_1} = Koefisien jalur

$R_{Y(X_1 X_2)}^2$ = Koefisien determinasi

CR_{ii} = Nilai diagonal invers matrik korelasi

K = Banyaknya variabel independen dalam sub-struktur yang sedang diuji

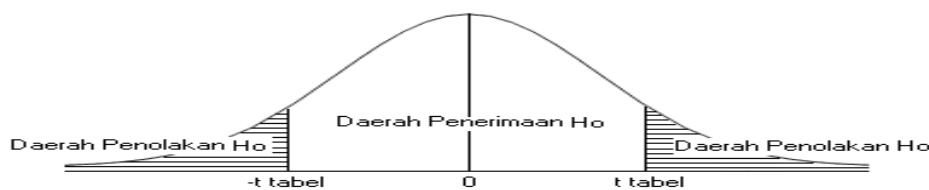
Hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

Uji hipotesis *two tailed* positif

Ho ditolak: jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau jika $\alpha < 5\%$

Ho diterima: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$, atau jika $\alpha > 5\%$

Apabila Ho diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan dan sebaliknya apabila Ho ditolak, maka hal ini diartikan bahwa berpengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai berpengaruh secara signifikan.



Gambar 3.6
Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0: \rho_{yx_1} = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen
 $H_a: \rho_{yx_1} \neq 0$: Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen
2. $H_0: \rho_{yx_2} = 0$: Tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen
 $H_a: \rho_{yx_2} \neq 0$: Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen
3. $H_0: \rho_{zx_1} = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen
 $H_a: \rho_{zx_1} \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen

4. $H_0: \rho_{zx_2} = 0$: Tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Kepercayaan Konsumen

$H_a: \rho_{zx_2} \neq 0$: Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepercayaan Konsumen

5. $H_0: \rho_{zy} = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Konsumen

$H_a: \rho_{zy} \neq 0$: Terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Konsumen

3.6.4.3. Koefisien Determinasi

Nilai Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Sumber: Sugiyono (2018:257)

Keterangan :

KD : Koefisien determinasi

R^2 : Koefisien korelasi yang dikuadratkan

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Outlet Elzatta cabang Sukaraja Bandung. Waktu pelaksanaan kegiatan penelitian ini adalah selama proses penyusunan skripsi dari bulan Agustus 2017 sampai Oktober 2017.